

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Disain dan Jenis Penelitian

3.1.1 Disain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif. Menurut Prahaski et al. (2024:1015), penelitian asosiatif bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua atau lebih variabel, serta untuk mengeksplorasi peran, pengaruh, dan hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Data dikumpulkan dengan membagikan kuesioner kepada responden untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti, seperti kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Setelah data terkumpul, hasilnya dianalisis dengan metode statistik untuk menguji hubungan antara variabel-variabel tersebut.

3.1.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiono dalam Tolan et al. (2021:362), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Objek, Jadwal dan Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang menjadi variabel independen yang diteliti adalah kualitas layanan (X1), kepercayaan (X2), dan kepuasan (X3). Sedangkan objek penelitian yang menjadi variabel dependen adalah loyalitas pinjaman nasabah (Y). Subjek dalam penelitian ini adalah KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung dengan data yang diambil dari laporan dan informasi terkait nasabah yang melakukan pinjaman di lembaga tersebut pada

tahun 2024. Berdasarkan objek penelitian tersebut, maka akan dianalisis bagaimana pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas pinjaman nasabah pada KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung. Pelaksanaan penelitian berlangsung selama 6 (enam) bulan yang dimulai dengan kegiatan berupa observasi lapangan pada bulan februari 2024, setelah observasi dilanjutkan dengan pengajuan izin penelitian, persiapan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, analisis data dan evaluasi, penulisan laporan serta seminar hasil penelitian yang tertera pada Penelitian ini dilaksanakan di KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung yang berlokasi di Perumahan Mustika Wanasari Blok BB 01 No 20 Cibitung - Bekasi.

Tabel 3. 1 Jadwal Rencana Penelitian

NO	KEGIATAN	Feb			Mar			Apr			Mei			Jun			Jul				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal	■																			
2	Judul Penelitian Disetujui		■																		
3	Pengajuan ijin Penelitian			■																	
4	Penyusunan Bab I, II, III				■	■	■														
5	Penyerahan Bab I, II, III						■														
6	Ujian Sidang Proposal							■													
7	Persiapan Instrumen Penelitian								■	■	■										
8	Pengumpulan Data									■	■	■	■								
9	Pengolahan Data												■	■							
10	Analisis & Evaluasi													■	■						
11	Penulisan Laporan														■	■	■				
12	Ujian Sidang Hasil Penelitian																	■			

Sumber : Penulis (2025)

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.3.1 Jenis Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Jenis data Kuantitatif, yaitu penelitian yang datanya berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian Kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono dalam Tolan et al. (2021:362) dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada

populasi/ sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian Kuantitatif yaitu riset yang didasarkan pada pengukuran secara kuantitatif pada bagian karakteristik variabel sebagai mana dijelaskan oleh Mahagiyani & Sugiono (2024:7). Hanya dapat digunakan pada fenomena yang bisa dikuantifikasikan.

3.3.2 Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian adalah subjek tempat data diperoleh atau diambil. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara untuk mengumpulkan data, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan lisan maupun tulisan dan apabila peneliti menggunakan teknik observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda, gerak dan peristiwa (Abubakar, 2021:69). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Artinya, data ini tidak dikumpulkan langsung oleh peneliti melainkan dari sumber yang telah ada sebelumnya, seperti dokumen, literatur, atau data yang dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder diperoleh langsung dari pihak perusahaan KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung Tahun 2024 berupa laporan dan arsip terkaitnya.
2. Data primer adalah sumber informasi utama yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dalam proses penelitian. Data ini diperoleh dari sumber asli, yaitu responden atau informan yang terkait dengan variabel penelitian. Data primer ini diperoleh dari jawaban kuesioner secara tidak langsung yang disebarkan kepada responden.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono dalam Imansari & Kholifah (2023:76), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah nasabah di KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung pada tahun 2024 sebanyak 1.619 nasabah.

Berikut data nasabah KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung Tahun 2024 :

Tabel 3. 2 Jumlah Populasi Nasabah KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung Tahun 2024

NO	TAHUN	OUTLET	POPULASI (NASABAH)
1	2024	CABANG CIBITUNG	678
2	2024	ULT SUMBER JAYA	412
3	2024	ULT TELAGA MURNI	529

Sumber: Data KSP Sehati Makmur Abadi

3.4.2 Sampel Penelitian

Menurut Fauziah (2019:7) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena mempunyai keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi yang mewakili. Sampel terdiri dari bagian populasi terjangkau yang dapat dipergunakan sebagai subjek penelitian melalui sampling. Sampel adalah sebagian untuk diambil dari keseluruhan obyek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi (Suci & Yulia, 2020:78). Teknik yang digunakan dalam menghitung sample yaitu dengan menggunakan rumus slovin yang dikemukakan oleh slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sample

N = Ukuran Populasi

e^2 = Persen kelonggaran ketidak telitian kesalahan penarikan sampel yang masih dapat ditolerir (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

Sumber : Suci (2020:78).

Maka:

$$n = \frac{1.619}{1 + 1.619 \cdot (0,10)^2}$$

$$n = \frac{1619}{1 + 1.619 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{1.619}{1 + 16,19}$$

$$n = \frac{1.619}{17,19}$$

$$n = 94,2$$

Berdasarkan rincian yang telah diberikan sebelumnya, peneliti akan memilih jumlah sampel sebanyak 94,2 orang, yang selanjutnya akan dibulatkan menjadi 95 Nasabah yang selanjutnya dibagi secara proporsional. Didapatkan dengan menggunakan rumus:

$$\text{Sampe}_1 = \frac{\text{Populasi}_1}{\text{Jumlah Populasi}} \times \text{Total Sampel}$$

Keterangan :

Tabel 3. 3 Sebaran Sampel Penelitian

NO	TAHUN	OUTLET	JUMLAH NASABAH	SAMPEL
1	2024	CABANG CIBITUNG	678	$678 / 1619 \times 95 = 40$
2	2024	ULT SUMBER JAYA	412	$412 / 1619 \times 95 = 24$
3	2024	ULT TELAGA MURNI	529	$529 / 1619 \times 95 = 31$
		TOTAL	1619	95

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Pada penelitian ini menggunakan teknik sampel yaitu Non Probability Sampling dengan teknik Purposive Sampling. Menurut Sugiono dalam Machali (2021:72) Non Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak member peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dilakukan oleh peneliti sendiri yang didasarkan ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya sebagai mana dijelaskan oleh Machali (2021:74). Berikut kriteria yang akan menjadi pertimbangan dalam pengambilan sampel :

- a. Nasabah aktif.
- b. Bersedia menjadi responden.

3.5 Operasional Variabel

Menurut Wulandari (2022:31) definisi operasional variabel penelitian adalah elemen atau nilai yang berasal dari obyek atau kegiatan yang memiliki ragam variasi tertentu yang kemudian akan ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

3.5.1 Variabel Bebas

1. Kualitas Layanan (X1)

Mengacu Tjiptono dalam Indrasari (2019:61), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya

dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Indikator Kualitas Layanan :

1. Berwujud (tangibles), Keandalan karyawan dalam memberikan pelayanan dalam kerapian dan keprofesionalan staf).
2. Keandalan (reliability), Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan janji yang diberikan dalam ketepatan waktu dalam proses pinjaman.
3. Ketanggapan (responsiveness), Kecepatan dalam merespons dan menangani keluhan nasabah.
4. Jaminan dan Kepastian (assurance), Pengetahuan dan kemampuan pegawai dalam memberikan penjelasan yang jelas tentang produk dan layanan.
5. Empati (emphaty), Perhatian yang diberikan kepada nasabah secara individual, dalam hal konsultasi pinjaman dan pembayaran.

2. Kepercayaan (X2)

Kepercayaan konsumen adalah kesediaan konsumen untuk bergantung pada pihak lain dalam bertransaksi berdasarkan harapan yang dihasilkan dari kemampuan, keandalan, dan kebajikan sebagaimana dijelaskan oleh Warsito (2021:46).

Indikator Kepercayaan :

- a. Integritas (Integrity), Kejujuran dan keterbukaan perusahaan dalam berinteraksi dengan nasabah, serta komitmen untuk selalu bertindak dengan etika yang tinggi dan sesuai dengan prinsip moral yang berlaku. Integritas mencakup transparansi dalam semua transaksi dan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.
- b. Kebajikan (benevolence), Perlakuan perusahaan terhadap nasabah dengan memberikan perhatian yang tulus, termasuk memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan individu.

- c. Kompetensi (competence), Kemampuan perusahaan dan karyawan dalam menyelesaikan keluhan dan permasalahan nasabah dengan cepat dan efektif.

3. Kepuasan (X3)

Menurut Kotler, Philip dalam Palandi et al. (2022:568), Mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Indikator Kepuasan :

- a. Kesesuaian harapan , Sejauh mana layanan yang diterima nasabah memenuhi harapan mereka, termasuk proses pengajuan, pencairan, dan layanan pelanggan.
- b. Minat berkunjung kembali , Sejauh mana nasabah berniat untuk menggunakan layanan pinjaman dari KSP lagi di masa depan, berdasarkan pengalaman mereka yang positif atau memadai.
- c. Kesiediaan merekomendasikan, nasabah merasa yakin dan puas dengan layanan KSP sehingga mereka bersedia untuk merekomendasikan layanan pinjaman ini kepada teman, keluarga, atau rekan bisnis mereka.

3.5.2 Variabel Terikat

1. Loyalitas (Y)

Menurut Kotler dan Keller dalam Agiesta et al. (2021:1656) mengatakan loyalitas adalah keinginan yang mengakar pada waktu yang akan datang untuk kembali membeli produk dan jasa yang diinginkan walaupun keadaan serta upaya pemasaran dapat mengakibatkan perubahan pada pelanggan.

Indikator Loyalitas :

- a. Melakukan pembelian ulang, loyalitas nasabah dapat tercermin dari kebiasaan mereka untuk terus menggunakan layanan koperasi, seperti melakukan transaksi atau pembelian produk koperasi secara berulang.
- b. Melakukan pembelian diluar lini produk/jasa, Ketika nasabah tidak hanya terbatas pada satu jenis layanan atau produk yang ditawarkan oleh koperasi, tetapi mulai menggunakan layanan lain yang berbeda dari yang biasanya mereka pilih, hal ini menunjukkan adanya loyalitas yang lebih dalam.
- c. Merekomendasikan Produk , ketika nasabah tidak hanya melakukan transaksi secara rutin, tetapi juga merekomendasikan koperasi kepada orang lain.
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk atau jasa sejenis. Nasabah yang loyal terhadap koperasi biasanya tidak mudah tergoda oleh tawaran produk atau layanan pesaing. Mereka tetap setia meskipun ada penawaran lebih menarik dari pesaing, yang menjadi indikasi kekuatan hubungan antara nasabah dan koperasi tersebut.

Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan (X1)	Persepsi menyeluruh tentang kualitas yang harus diformulasikan dan dievaluasi secara terus-menerus untuk memenuhi kepuasan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berwujud (<i>tangibles</i>), 2. Keandalan (<i>reliability</i>), 3. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>), 4. Jaminan dan Kepastian (<i>assurance</i>), 5. Empati (<i>emphaty</i>) 	Likert

Kepercayaan (X2)	Kesediaan untuk bergantung pada pihak lain dalam transaksi, berdasarkan kemampuan, keandalan, dan kebajikan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integritas, 2. Kebajikan, dan 3. Kompetensi. 	Likert
Kepuasan (X3)	Perasaan terhadap kinerja produk yang dirasakan dan diharapkan, yang berhubungan erat dengan kesetiaan pelanggan, pangsa pasar, dan keuntungan perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan , 2. Minat berkunjung kembali, 3. Kesediaan merekomendasikan 	Likert
Loyalitas (Y)	Komitmen mendalam untuk terus membeli produk/layanan yang sama di masa depan, meskipun ada faktor eksternal yang dapat mengubah perilaku.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian ulang, 2. Membeli semua produk atau pelayanan yang sama, 3. Merekomendasikan Produk , 4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk atau jasa sejenis. 	Likert

Sumber: Penulis (2025)

3.6 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang tepat dan relevan dengan tujuan penelitian, beberapa metode pengumpulan data digunakan sebagai berikut :

1. Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun secara sistematis. Responden diminta untuk memberikan tanggapan yang dapat diukur melalui opsi jawaban yang telah ditentukan atau dengan

mengisi ruang kosong. Angket atau kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari sampel yang lebih besar dalam penelitian kuantitatif sebagai mana dijelaskan oleh Sembiring et al. (2024:123). Dalam penelitian ini diterapkan mengumpulkan data didalam penelitian dengan cara menyebarkan kuesionar secara tidak langsung menggunakan google form untuk nasabah yang meminjam kembali di KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung.

2. Observasi terstruktur melibatkan pengamatan sistematis terhadap variabel-variabel yang telah ditentukan sebelumnya. Peneliti menggunakan daftar periksa atau instrumen pengamatan untuk mencatat dan mengukur perilaku, interaksi, atau fenomena yang diamati. Observasi terstruktur bertujuan untuk mengumpulkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik sebagai mana dijelaskan oleh Sembiring et al. (2024:123). Observasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung

3.7 Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian atau hipotesis yang telah disusun. Data yang terkumpul akan diolah sehingga dapat ditarik kesimpulan berdasarkan jenis uji yang diterapkan. Pada akhirnya, kesimpulan tersebut akan menunjukkan bagaimana pengaruh antara variabel bebas, yaitu kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan, terhadap variabel terikat, yaitu loyalitas, yang dianalisis dalam penelitian ini.

3.7.1 Skala dan Angka Penafsiran

Dalam penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Untuk menilai sikap dan persepsi responden, dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu., dimana setiap jawaban instrumen dibuat menjadi

5 (lima) gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, seperti:

Tabel 3. 5 Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Diperlukan angka interpretasi untuk menentukan klasifikasi hasil jawaban responden terhadap kuesioner. Angka inilah yang akan digunakan untuk mengolah data mentah yang akan dikelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir atas jawaban responden. Penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada tabel di bawah ini.

$$\begin{aligned}
 \text{Interval angka penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\
 &= (5 - 1) / 5 \\
 &= 0,80
 \end{aligned}$$

Tabel 3. 6 Angka Penafsiran

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti (2025)

Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat

setuju, setuju, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada pada pernyataan tersebut. Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah:

$$M = \frac{\sum f(X)}{n}$$

Keterangan:

M = Angka penafsiran

f = Frekuensi jawaban

x = Skala nilai

n = Jumlah seluruh jawaban

Sumber: Khairusy, (2020:5)

3.7.2 Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini digunakan analisis linear berganda yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas. Regresi linier berganda bertujuan untuk mempelajari lebih lanjut mengenai hubungan antara beberapa variabel independen (prediktor) dan variabel dependen (hasil) sebagai mana dijelaskan oleh Nurani et al. (2023:35). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan dengan Rumus Regresi Linear Berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (Loyalitas)

α = Konstanta.

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisensi regresi variable independen.

X1 = Kualitas Layanan.

X2 = Kepercayaan.

X3 = Kepuasa.

ε = Standar error

Sumber : Nurani et al. (2023:35)

Penulis dalam proses penelitian ini tidak menggunakan persamaan secara manual, melainkan memanfaatkan program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Sebelum melanjutkan dengan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan analisis data. Dalam hal ini, penulis menggunakan teknik analisis data yang telah tersedia. Langkah pertama adalah uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan reliabilitas. Langkah kedua adalah uji asumsi klasik, yang mencakup uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Langkah ketiga adalah uji hipotesis, yang terdiri dari uji F (Uji Simultan), koefisien determinasi, dan uji t (Uji Parsial).

3.7.3 Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel menggunakan instrumen kuesioner perlu melakukan pengujian kualitas terhadap data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel. Hal ini penting karena akurasi data yang diperoleh akan sangat memengaruhi kualitas hasil penelitian.

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono dalam Pramuaji & Loekmono (2018:76) validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Selain validitas, alat ukur yang baik juga harus reliabel. Reliabilitas diterjemahkan dari kata *reliability* yang berarti hal yang dapat dipercaya (tahan uji).

Rumus yang umum digunakan untuk uji validitas adalah dengan mencari nilai korelasi antara setiap bagian dari alat ukur secara keseluruhan. Caranya adalah dengan mengkorelasikan setiap item alat ukur dengan total skor, yang merupakan jumlah dari skor setiap item, menggunakan rumus *Pearson Product Moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

R_{hitung} = Koefisien korelasi variabel X dan Variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah perkalian variabel X dan variabel Y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat dari nilai X

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat dari nilai Y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian di kuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian di kudratkan

n = Jumlah Jumlah responden

Sumber: Khairusy, (2020:5)

Namun, dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas, melainkan menggunakan program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Untuk menentukan validitas setiap butir pernyataan kuesioner, kolom yang diperhatikan adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada tabel *Item-Total Statistics* yang dihasilkan dari pengolahan data dengan SPSS. Berdasarkan Sugiyono dalam Pramuaji & Loekmono (2018:76), syarat minimum untuk sebuah butir instrumen dianggap valid adalah nilai indeks validitas $\geq 0,3$. Oleh karena itu, pernyataan dengan tingkat korelasi di bawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono dalam Khairusy & Febriani (2020:6) Setelah semua butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data kedua, yaitu uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana konsistensi butir pernyataan. Sebuah butir pernyataan dianggap reliabel atau dapat diandalkan jika jawaban responden terhadap pernyataan tersebut tetap konsisten.

Dengan kata lain, uji reliabilitas digunakan untuk memverifikasi apakah kuesioner menunjukkan konsistensi dalam penggunaannya. Butir pernyataan kuesioner dianggap reliabel atau handal jika tetap menunjukkan konsistensi meskipun digunakan pada waktu yang berbeda. Dalam uji reliabilitas, digunakan teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dianggap handal (reliabel) jika

memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha berikut:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_{i2}}{S_{t2}} \right)$$

Keterangan:

r_i = Koefisien reliabilitas Alfa Cronbach.

k = Jumlah item soal.

$\sum s_{i2}$ = Jumlah varians skor tiap item.

S_{t2} = Varians total.

Sumber: Khairusy & Febriani (2020:6)

Namun, dalam penelitian ini, uji reliabilitas tidak dilakukan secara manual menggunakan rumus di atas, melainkan dengan menggunakan *program Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Untuk menilai apakah butir pernyataan kuesioner reliabel atau tidak, dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tercantum pada tabel *Reliability Statistics* hasil pengolahan data dengan SPSS. Jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel (handal) dan dapat diteruskan untuk uji-uji selanjutnya.

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi linear berganda khususnya yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantara meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada sebuah persamaan regresi yang dihasilkan. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat

berdistribusi mendekati normal atau bahkan normal. Dalam penelitian ini akan digunakan program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) dengan menggunakan pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan *Kolmogorv-Smirnov Test*. Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan histogram. Data variabel bebas dan variabel terikat dikatakan berdistribusi normal jika gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri sebagai mana dijelaskan oleh Sugiyono dalam Bakti & Tiara (2021:122). Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai signifikannya. Jika signifikan $>0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $<0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana varian dan kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser yaitu dengan menguji tingkat signifikansinya. Pengujian ini dilakukan untuk merespon variabel x sebagai variabel independen dengan nilai *absolut unstandardized* residual regresi sebagai variabel dependen. Apabila hasil uji diatas level signifikan ($r > 0,05$) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila dibawah level signifikan ($r < 0,05$) berarti terjadi heteroskedastisitas sebagai mana dijelaskan oleh Sugiyono dalam Oscar & Sumirah (2019:5).

3. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi Multikolinieritas didalam regresi dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai tolerance. Jika VIF < 10 dan tolerance $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinieritas, tetapi jika VIF > 10 dan tolerance $> 0,1$ maka terjadi

multikolinearitas sebagai mana dijelaskan oleh Sugiyono dalam Ningsih & Dukalang (2019:47).

3.7.5 Uji Hipotesis

Setelah uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya adalah uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R²) dan uji t (uji parsial).

1. Uji Serempak/Simultan (Uji F)

Menurut Sugiyono dalam Lestari et al. (2019:45) Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Dalam uji ini semua variabel bebas yang ada akan diuji serentak, sehingga antara variabel bebas yang satu dan lainnya tidak akan dipisahkan. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak dapat digunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

R² = Koefisien korelasi ganda yang telah dikemukakan.

k = Jumlah variabel independent.

n = Jumlah sampel.

F = Tingkat signifikan (untuk ilmu sosial sebesar 5%).

Sumber: Lestari et al. (2019:45)

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

Ho : $\beta_1 = 0$ berarti secara parsial Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung Tahun 2024.

H1 : $\beta_1 \neq 0$ berarti secara parsial Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung Tahun 2024.

2. Hipotesis 2

Ho : $\beta_1 = 0$ berarti secara parsial Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung Tahun 2024.

H1 : $\beta_1 \neq 0$ berarti secara parsial Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung Tahun 2024.

3. Hipotesis 3

Ho : $\beta_1 = 0$ berarti secara parsial Kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung Tahun 2024.

H1 : $\beta_1 \neq 0$ berarti secara parsial Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung Tahun 2024.

4. Hipotesis 4

Ho : $\beta_1 = 0$ berarti secara simultan Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung Tahun 2024.

H1 : $\beta_1 \neq 0$ berarti secara simultan Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung Tahun 2024.

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variannya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan:

- a. $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung

- b. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung

2. Koefisien Determinasi (R²)

Pengujian koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) yang berarti bahwa bila $R^2 = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila (R²) mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R²) terdapat pada kolom *Adjusted R Square* pada tabel Model *Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

1. Uji Parsial T

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan antara variabel X1 dengan variabel Y, variabel X2 dengan variabel Y dan variabel X3 dengan variabel Y Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

t = Nilai thitung.

r = Nilai koefisien korelasi.

n = Jumlah sampel.

Sumber: Lestari et al. (2019:45)

Adapun bentuk pengujiannya adalah:

a. $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

b. $H_a: \text{minimal satu } \beta_i \neq 0 \text{ dimana } i = 1,2,3$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya Uji t dilakukan dengan cara membandingkan thitung dengan ttabel pada taraf nyata 5% ($\alpha 0,050$) dengan ketentuan sebagai berikut:

a. $\text{thitung} < \text{ttabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan secara sendiri-sendiri (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung Tahun 2024.

b. $\text{thitung} > \text{ttabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada KSP Sehati Makmur Abadi Cabang Cibitung Tahun 2024.