

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan sebuah pedoman pada setiap penelitian untuk menemukan jawaban atas permasalahan penelitian yang dirumuskan. Oleh karenanya penelitian ini mempunyai tujuan utama yaitu :

- a. Menjelaskan deskripsi dari komitmen nasabah, kepuasan nasabah, kepercayaan nasabah dan loyalitas nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Jakarta Artha Gading.
- b. Mengetahui adanya pengaruh antara komitmen terhadap loyalitas nasabah simpanan pada Bank BRI Kantor Cabang Jakarta Artha Gading.
- c. Mengetahui adanya pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas nasabah simpanan pada Bank BRI Kantor Cabang Jakarta Artha Gading.
- d. Mengetahui adanya pengaruh antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah simpanan pada Bank BRI Kantor Cabang Jakarta Artha Gading.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Sesuai dengan pengertian objek penelitian yang dikemukakan oleh Sugiyono bahwa: “Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau

kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”²¹.

Objek dalam penelitian ini adalah Bank BRI Kantor Cabang Jakarta Artha Gading yang berada di wilayah Jakarta. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan April 2016.

3.3 Metode Penelitian

Desain penelitian ini adalah *descriptive research*. Penelitian deskriptif, secara harfiah menurut Suryabrata adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat pencandraan (deskripsi) mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejaidian. Tujuan penelitan deskriptif adalah untuk membuat pencadraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu²². Selain itu tujuan penelitian deskriptif menurut Sumarwan adalah untuk menggambarkan karakteristik dari kelompok-kelompok yang relevan, seperti konsumen²³.

Metode analisis data yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Narimawati menyatakan bahwa: ”Analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan

²¹ Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: CV.Alfabeta. p:38.

²² Suryabrata. Metodologi Penelitian (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014) p. 75

²³ Ahmad Fauzi Sumarwan, et al, Riset Pemasaran dan Konsumen, (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2011), p. 19

untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tergantung dengan skala interval”²⁴.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah berhubungan positif atau negatif dan seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu komitmen (X_1), kepuasan (X_2), kepercayaan (X_3) terhadap loyalitas (Y). Rumus 3.1 persamaan regresi menurut Simamora sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

.....Rumus 3.1

Sumber : Simamora, 2004:180

Keterangan:

- Y = loyalitas
- a = konstanta (nilai Y bila X=0)
- b = koefisien regresi
- X_1 = komitmen
- X_2 = kepuasan
- X_3 = kepercayaan
- e = Standar error estimasi²⁵.

3.4 Populasi dan Sampling

a. Populasi

Menurut Sudarmayanti dan Hidayat populasi adalah kumpulan keseluruhan karakteristik dari objek yang diteliti.²⁶ Sugiyono menyatakan bahwa populasi adalah sebagai berikut: “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas;

²⁴ Narimawati Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi. (Bandung: Agung Media, 2008). p.5

²⁵ Simamora, op. cit., p.180

²⁶ Sudarmayanti dan Syarifudin Hidayat, Metodologi Penelitian, (Bandung : Mandar Maju, 2011), p.36

objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”²⁷.

Sarwono menyatakan bahwa populasi didefinisikan sebagai perangkat unit analisis yang lengkap dan sedang diteliti.²⁸

Jadi berdasarkan beberapa pendapat dapat dikatakan bahwa populasi merupakan keseluruhan objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, populasi adalah seluruh nasabah Bank BRI Kantor Cabang Jakarta Artha Gading.

b. Sampel

Sugiyono mengemukakan definisi sampel bahwa: “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”²⁹. Menurut Sarwono sampel merupakan sub dari seperangkat elemen yang dipilih untuk dipelajari³⁰. Menurut Sudarmayanti dan Syarifudin Hidayat “Sampel adalah kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki sampel”³¹.

Berdasarkan beberapa pendapat dapat dikatakan bahwa sampel merupakan bagian dari keseluruhan populasi yang dipilih untuk dipelajari sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki sampel.

²⁷ Sugiyono. 2009. *op. cit.* p:215.

²⁸ Jonathan Sarwono, *Strategi Melakukan Riset, Kuantitatif, Kualitatif, Gabungan.* (Yogyakarta : Andi , 2013), p.63

²⁹ Sugiyono, *loc. cit.*

³⁰ Jonathan Sarwono, *loc. cit.*

³¹ Sudarmayanti dan Hidayat, Syarifudin. *loc.cit.*

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Berdasarkan jenis sampling digunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu dan sampel ditujukan nasabah yang memiliki kriteria yaitu nasabah Bank BRI kantor Cabang Jakarta Artha Gading yang lebih dari satu tahun.

Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan persyaratan yang ditentukan oleh Hair *et.al* yaitu :

1. Ukuran sampel 100-200 untuk teknik estimasi *maximum likelihood* (ML).
2. Bergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi.
3. Bergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah jumlah indikator variabel bentukan, yang dikali 5 sampai dengan 10. Apabila terdapat 20 indikator, besarnya sampel adalah antara 100-200.
4. Jika sampelnya sangat besar, peneliti dapat memilih teknik estimasi tertentu³².

Jumlah sampel ini didasarkan pada: Pertama, pedoman ukuran sampel 100-200 sampel. Kedua, jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel laten dikalikan dengan 5-10. Pada penelitian ini, indikator penelitian yang digunakan sebanyak 28 indikator sehingga besarnya sampel antara 140 - 280 responden. Berdasarkan teori Hair *et.al* maka dapat ditentukan jumlah sampel penelitian sejumlah 150 responden.

³² Hair et.al, *Multivariate Data Analysis, 7th edition*. (Mcmillan, New Yoark, 2010), p. 102

3.5 Data Penelitian

Dalam penelitian, data memegang peran penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan. Perlu diketahui jenis data yang diperlukan dan bagaimana mengidentifikasi, mengumpulkan serta mengolahnya.

a. Data berdasarkan cara memperoleh terdiri dari :

1) Data primer

Simamora menyatakan bahwa : “Data primer adalah data yang belum tersedia sehingga untuk menjawab masalah penelitian, data harus diperoleh dari sumber aslinya”³³.

Data primer dalam penelitian ini adalah tanggapan responden mengenai variabel penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading yang lebih dari satu tahun.

2) Data Sekunder

Menurut Simamora “data sekunder adalah data yang sudah tersedia atau sudah dikumpulkan untuk suatu tujuan sebelumnya”³⁴. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi bahan – bahan referensi yang berhubungan dengan topik penelitian yang diperoleh dari jurnal dan buku sebagai bahan masukan untuk mendukung penelitian.

³³ Simamora Simamora, Bilson. Riset Pemasaran. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2004), p .222

³⁴ Ibid., p.222

b. Data berdasarkan sifatnya,

Dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Menurut Simamora “data kuantitatif adalah representasi realitas yang disimbolkan secara numerik (dengan angka-angka)³⁵”. Data kuantitatif dalam penelitian ini diantaranya adalah hasil kuesioner untuk menguji hipotesa. Data ini berupa hasil pengisian kuesioner oleh responden.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya³⁶. Data dikumpulkan menggunakan metode survei dengan mempergunakan kuesioner berisi daftar pernyataan yang disampaikan langsung kepada responden yaitu nasabah Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading yang lebih dari satu tahun. Alasan penggunaan metode ini adalah responden dapat memperhatikan dan mempertimbangkan pernyataan dan jawaban dengan jelas, informasi dapat diperoleh lebih rinci dan juga dapat mengontrol pertanyaan yang diberikan.

3.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penulisan penelitian ini adalah menggunakan skala interval.

Rangkuti berpendapat bahwa:

Skala interval adalah skala suatu variabel yang selain dibedakan, dan mempunyai tingkatan, juga diasumsikan mempunyai jarak yang pasti antara

³⁵ Ibid., p.223

³⁶ Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D. (Jakarta: CV Alfabeta. 2007), p.142

satu kategori dan kategori yang lain dalam satu variabel. Skala interval adalah jenis pengukuran angka yang dikenakan memungkinkan untuk membandingkan ukuran dari selisih antara angka angka. Interval antara angka angka bermakna karena memberitahu seberapa jauh jarak antar objek dalam kaitannya dengan atribut³⁷.

Wahdi berpendapat bahwa :

Pernyataan dan pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala 1 – 10 untuk mendapatkan data yang bersifat interval dan diberi skor atau nilai. Penggunaan skala 1-10 (skala genap) untuk menghindari adanya jawaban ragu-ragu (*central tendency effect*) dan karena pendistribusian jawaban lebih merata³⁸.

Jawaban kuesioner yang diberikan adalah dengan memberikan tanda (\surd) pada skala sikap 1-10 yang dirasakan paling benar oleh responden atas pernyataan-pernyataan dalam kuesioner. Skor 1 untuk jawaban responden yang sangat rendah sampai dengan skor 10 untuk jawaban responden yang sangat tinggi. Dalam penelitian ini, untuk memudahkan responden dalam menjawab kuesioner, maka skala penilaiannya sebagai berikut:

1 – 5 : Cenderung Tidak Setuju

6 – 10 : Cenderung Setuju

Semakin ke 1 semakin tidak setuju

Semakin ke 10 semakin setuju

3.8 Operasional Variabel

Operasional variabel yang akan digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel III.1.

³⁷ Rangkuti , Riset Pemasaran. (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. 2005), p.65

³⁸ Wahdi Riset Pemasaran (teori dan aplikasi untuk pengambilan keputusan). (Jakarta: CAPS. 2011), p.96

Tabel III.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Peneliti
1	Commitment (komitmen/janji)	Affective commitment (komitmen afektif berkaitan dengan "ingin" untuk mempertahankan hubungan)	<i>If my phone company were no longer in business, it would be a significant loss for me.</i>	Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading merupakan bank yang dibutuhkan	Kaur Harsandaldeep and Soch, 2013
			<i>Company X is the provider that takes the best care of their customers</i>	Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading adalah bank yang memberi pelayanan terbaik dari nasabah mereka	Gustafsson <i>et al.</i> dalam Lariviere Bart <i>et al.</i> 2014
		Calculative commitment (komitmen kalkulatif berkaitan dengan "memiliki" untuk mempertahankan Hubungan)	<i>Right now staying with my current service provider is more a matter of necessity than of choice.</i>	Bersama Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading saat ini adalah lebih merupakan masalah kebutuhan daripada pilihan.	Kaur Harsandaldeep and Soch, 2013
			<i>I would suffer economically if the relationship were broken</i>	Hubungan kerjasama dengan Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading harus terus dipertahankan.	Gustafsson <i>et al.</i> dalam Lariviere Bart <i>et al.</i> 2014

		<i>Normative commitment</i> (Komitmen normatif berkaitan dengan perasaan seolah-olah Anda "harus" menjaga hubungan)	<i>Our attachment to Company X is mainly based on the similarity of our values</i>	keterikatan kepada Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading terutama didasarkan pada kesamaan nilai-nilai kami	Kelly, dalam Lariviere Bart <i>et al.</i> 2014
			<i>What Company X stands for is important to us</i>	Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading penting bagi kami	Kelly, dalam Lariviere Bart <i>et al.</i> 2014
		<i>Continue to use</i> (terus menggunakan)	<i>Even if I could, I would not stop using this healthcare service provider because I like the relationship I have with this clinic/hospital</i>	Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading selalu memberi kemudahan untuk terus bertransaksi	Moreira Antonio Carrizo, Silva, 2015
			<i>I want to remain as a part of the group of customers who resorts to this healthcare service provider due to my rewarding relationship with this clinic/hospital</i>	Menjadi bagian dari kelompok nasabah Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading merupakan hal yang menguntungkan.	Moreira Antonio Carrizo, Silva, 2015
2	<i>Satisfaction</i> (kepuasan)	<i>Convenience</i> (kenyamanan)	<i>The bank's branch is near your workplace</i>	Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading dekat tempat kerja Anda	Ishaq Muhammad Ishtiaq, 2011

			<i>The bank's branch is near shopping centres I usually visit</i>	Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading dekat pusat perbelanjaan yang biasa Anda kunjungi	Ishaq Muhammad Ishtiaq, 2011
	<i>Physical evidence</i> (bukti fisik)		<i>Employees of the bank are well dressed and appear neat</i>	Karyawan Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading baik berpakaian dan tampil rapi	Ishaq Muhammad Ishtiaq, 2011
			<i>The interior design of the premises facilitates the transactions</i>	Desain interior Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading memfasilitasi transaksi	Ishaq Muhammad Ishtiaq, 2011
	<i>Pricing</i> (penetapan harga)		<i>The loan interest rates of my bank are higher than other banks</i>	Suku bunga pinjaman dari Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading saya lebih tinggi dari bank lain	Ishaq Muhammad Ishtiaq, 2011
			<i>The deposit interest rates of my bank are lower than other banks</i>	Suku bunga deposito dari Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading lebih rendah dari bank lain	Ishaq Muhammad Ishtiaq, 2011
	<i>Product innovation</i> (inovasi produk)		<i>The bank offers a wide product variety</i>	Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading menawarkan berbagai produk yang beragam	Ishaq Muhammad Ishtiaq, 2011

			<i>The new products that my bank offers meet my needs</i>	Produk baru yang ditawarkan Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading memenuhi kebutuhan nasabah	Ishaq Muhammad Ishtiaq, 2011
3	Trust (kepercayaan)	Integrity (integritas, Ketika janji yang diberikan kepada nasabah terpenuhi)	<i>This bank is always sincere with its customers</i>	Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading selalu tulus dengan pelanggan	Phan Kim Ngoc and Ghantous, 2013
			<i>I believe that the Web site will provide the services as expected.</i>	Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading dapat dipercaya akan menyediakan layanan seperti yang diharapkan nasabah.	Mcknight <i>et al</i> dalam Lee jung <i>et al</i> , 2012
		Benevolence (kebijakan, yang didasarkan pada sejauh yang nasabah percaya bahwa bank memiliki niat dan motivasi bermanfaat bagi nasabah)	<i>I think this bank continuously seeks to better answer customers' needs</i>	Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading terus berupaya untuk lebih menjawab kebutuhan nasabah.	Phan Kim Ngoc and Ghantous, 2013
			<i>When making important decisions, this wholesaler considers our welfare before its own.</i>	Ketika membuat keputusan penting, Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading mempertimbangkan kesejahteraan nasabah sebelum perusahaan	Jambulingam Thani, 2011

		<i>Credibility</i> (kredibilitas, yang didasarkan pada sejauh mana nasabah percaya bahwa bank memiliki keahlian yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan secara efektif dan andal)	<i>This banks' services bring me security</i>	Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading menjaga keamanan dan kerahasiaan data nasabah	Phan Kim Ngoc <i>and</i> Ghantous, 2013
			<i>This wholesaler is reliable.</i>	Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading dapat diandalkan.	Jambulingam Thani, 2011
4	<i>Loyalty</i> (Loyalitas)	<i>Behavioral loyalty</i> (perilaku loyal adalah setia selama mereka terus membeli dan menggunakan barang atau jasa)	<i>I intend using my current mobile connection in future.</i>	Saya berniat menggunakan layanan Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading di masa depan.	Kaur Harsandaldeep <i>and</i> Soch, 2012
			<i>Service provider is my first choice when buying services</i>	Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading menjadi pilihan utama dalam bertransaksi keuangan	Dlacic Jasmina, 2012
		<i>Attitudinal loyalty</i> (loyalitas sikap ini memiliki akar dalam	<i>I say positive things about my mobile phone company to others.</i>	Saya mengatakan hal-hal positif tentang Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading kepada orang lain.	Kaur Harsandaldeep <i>and</i> Soch, 2013

		konseptualisasi sebagai bagian dari komitmen untuk jasa)	<i>recommend the product/service to others</i>	Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading layak direkomendasi kepada orang lain.	Osman Zahir and Sentosa, 2013
		Cognitive loyalty. (loyalitas kognitif sering dioperasionalkan sebagai <i>top of mind</i> layanan, pilihan pertama pelanggan, toleransi harga, pertimbangan eksklusif dan identifikasi)	<i>If prices rise, I would continue to be a customer</i>	Jika biaya transaksi naik, saya akan terus menjadi nasabah Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading	Dlagic Jasmina, 2012
			<i>Willing to pay more for provider's services</i>	Saya bersedia membayar lebih untuk layanan Bank BRI Kantor Cabang Artha Gading	Dlagic Jasmina, 2012

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2016

3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono valid adalah menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.³⁹ Berdasarkan definisi diatas, maka validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat test (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur.

Menurut Sugiyono data persepsi pelanggan merupakan data interval maka dilakukan dengan uji korelasi peringkat Spearman dengan menggunakan software SPSS yang Rumus 3.2 sebagai berikut⁴⁰:

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

..... Rumus 3.2

Sumber : Sugiyono, 2008

Keterangan :
 X = skor pertanyaan
 Y = skor total
 n = jumlah responden
 r = korelasi

³⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis. (Bandung: Alfabeta. 2008) p.243

⁴⁰ ibid., p. 248

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono reliabilitas adalah derajat konsistensi/keajegan data dalam interval waktu tertentu. Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicobakan berulang-ulang kepada kelompok/ responden yang sama akan menghasilkan data yang sama⁴¹.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui data yang dapat memberikan hasil, yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama atau dapat dikatakan untuk menunjukkan adanya persesuaian antara sesuatu yang diukur dengan jenis alat pengukuran yang dipakai.

Menurut Nunnally dalam Kurniawan suatu konstruk dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,60.⁴² Menurut sugiyono untuk menganalisis penelitian ini digunakan teknik analisis *Cronbach's Alpha* (α) menggunakan software SPSS dengan Rumus 3.3 sebagai berikut⁴³:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \dots\dots\dots \text{Rumus 3.3}$$

Sumber : Sugiyono, 2008

Keterangan:

- r_{11} : reliabilitas instrumen
- k : banyaknya butiran pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$: jumlah varians butir
- σ_t^2 : varians total

⁴¹ ibid., p. 248

⁴² Kurniawan Albert. Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0). (Bandung:Alfabet, 2014), p.103

⁴³ Sugiyono, op. cit., 249

c. Uji Hipotesis

Wahdi menyatakan bahwa hipotesis adalah pernyataan atau prediksi yang belum diuji kebenarannya terhadap suatu fenomena pemasaran⁴⁴. Berdasarkan kerangka teoritis yang dibuat, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1: Komitmen nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Jakarta Artha Gading

H2: Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Jakarta Artha Gading

H3: Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Jakarta Artha Gading

d. Uji Partial / Uji T

Menurut Kuncoro uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen⁴⁵. Dalam penelitian ini uji t menggunakan software SPSS 20. Menurut Kuncoro perhitungan nilai t dengan menggunakan Rumus 3.4.

⁴⁴ Wahdi, mohamad. MAB. Riset Pemasaran (teori dan aplikasi untuk pengambilan keputusan). (Jakarta: CAPS, 2011), p.201

⁴⁵ Kuncoro, Mudrajat. Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi.(Yogyakarta: UPP STIM YKPN.2007) P.81

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

..... Rumus 3.4

Sumber : Kuncoro, 2007

Keterangan:

- t_o = nilai observasi
 n = jumlah data
 $n-2$ = derajat kebebasan
 r = koefisien korelasi⁴⁶.

Hasil yang diperoleh dari uji t untuk menentukan signifikansi data dalam penelitian. Dengan kriteria pengujian (daerah diterima atau ditolak):

- jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_a ditolak
- jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_a diterima
- jika $sig > 0,05$, maka H_a ditolak
- jika $sig < 0,05$, maka H_a diterima

⁴⁶ ibid., p.81