

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yaitu meneliti dengan mengamati dan mempelajari situasi secara langsung di tempat. Dalam penelitian lapangan, peneliti terjun langsung ke kondisi lapangan untuk mencari informasi yang diperlukan dan menjawab permasalahan yang diangkat oleh penelitian. Penelitian lapangan bertujuan untuk mengkaji secara intensif latar belakang situasi terkini dan interaksi lingkungan unit sosial dan masyarakat.<sup>1</sup> Dalam penelitian ini, peneliti melakukan survei langsung ke lapangan untuk mendapatkan informasi yang konkrit tentang pengaruh *Tangible quality*, *Resonsiveness* dan Nilai nasabah terhadap keuasan nasabah BRPRS di Kudus. Artinya penelitian ini dilakukan secara empiris dengan mengadopsi informasi dengan pengetahuan dari praktik dunia nyata.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang lebih menekankan pada pengujian teori dengan mengukur variabel dengan angka dan melakukan analisis data dengan menggunakan metode statistik.<sup>2</sup>

#### B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di tiga tempat BPRS yang ada di Kota Kudus, dengan mengambil populasi naabah di BPRS tersebut. Dikarenakan jumlah pelanggan yang besar, penulis tidak mungkin mensurvei seluruh populasi. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu dan biaya. Oleh karena itu, penulis menggunakan teknik purposive sampling untuk menentukan sample dan populasinya. Metode pengumpulan data menggunakan SPSS *Statistical Package For Social Sciences* adalah salah satu dari sekian banyak *Software* atau program

---

<sup>1</sup> Suppardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, ed. (Yogyakarta : UII Pres, 2005).34

<sup>2</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2016). 402

aplikasi komputer untuk menganalisis data statistik.<sup>3</sup> Dengan alasan untuk memudahkan pengolahan data dalam kuesioner yang dibagikan kepada responden. Analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan beberapa teknik regresi linier.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan bidang yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk mempelajarinya dan menarik kesimpulan darinya.<sup>4</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah BPRS di kota Kudus.

#### 2. Sampel

Sample adalah sejumlah karakteristik yang dimiliki populasi. Dengan kata lain, sample terdiri dari beberapa unit yang merupakan bagian dari populasi. Didalam penelitian ini, pengambilan sample yang dilakukan adalah dengan menggunakan *probability sampling* sehingga masing-masing orang atau unsur dalam populasi yang diteliti memiliki kemungkinan untuk dijadikan sampel penelitian.<sup>5</sup> Penelitian menggunakan teknik simple random sampling yaitu pemilihan sample bersifat acak, dengan setiap unsur atau anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sample.<sup>6</sup>

Penentuan sampel dengan jumlah populasi yang tidak diketahui mengacu pada rumus Cochran, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>3</sup> Hadi ismanto dan Silviana Pebruary, *Aplikasi SPSS dan Eviews Dalam Analisis Data Penelitian* (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2021).10

<sup>4</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015).79

<sup>5</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015).82

<sup>6</sup> Ellen Gunawan Sitompul, *Teknik Statistika Untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga publishing, 1996).320

$$n_0 = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

keterangan :

- $n_0$  = Jumlah sampel yang diinginkan
- $z$  = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% (1,96)
- $p$  = Peluang yang diharapkan 50% (0,5)
- $q$  = Peluang yang tidak diharapkan atau 1-p 50% (0,5)
- $e$  = Tingkat kesalahan eror sebesar 10% (0,1)

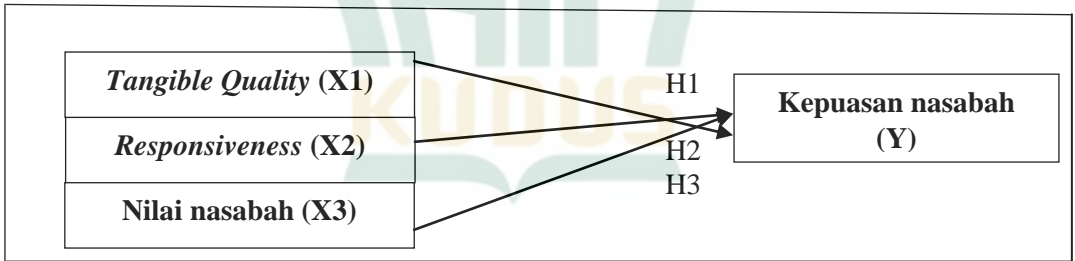
Berdasarkan acuan rumus tersebut, maka perhitungan sampel dalam penelitian ini, yaitu :

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Hasil perhitungan diatas, menunjukkan sampel minimal yang harus diambil 96 responden. Semakin besar jumlah sampel yang diambil mendekati populasi, maka semakin kecil peluang kesalahan generalisasi.<sup>7</sup> Dengan demikian membulatkan jumlah sampel menjadi 100 responden yang diharapkan sampel yang diambil tersebut dapat mewakili populasi yang ada.

**D. Desain dan Definisi Operasional Variabel**

**Gambar 3.1 Desain Penelitian**



**Sumber: Data peneliti (2023)**

Variabel adalah atribut atau nilai seseorang, objek, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk mempelajarinya dan menarik kesimpulan. Pada gambar diatas terdapat variabel independent dan juga

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi ke 1. (Bandung: Alfabeta, 2008).79

variabel dependen. Variabel bebas atau variabel independent merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependent.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini variabel independent (X) yaitu *Tangible Quality* sebagai (X1), *Responsiveness* sebagai (X2) dan Nilai nasabah sebagai (X3). Sedangkan variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel atau hasil yang dipengaruhi. Variabel yang dipengaruhi dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y).

**Table 3.2 Definisi operasional**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	<i>Tangible Quality</i> (X1)	Kemampuan perusahaan untuk membuktikan keberadaanya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kapasitas yang handal dari objek fisik dan infrastruktur perusahaan, serta kondisi lingkungan sekitar, merupakan salah satu cara agar perusahaan jasa dapat memberikan	Peralatan modern, fasilitas yang berdaya Tarik visual, karyawan yang berpenampilan rapi dan professional, jam oprasi yang jelas, transaksi yang cepat dan efisien, <sup>10</sup>	Likert

<sup>8</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (2015).39

<sup>10</sup> Putri Dwi Cahyani, "Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta," *Esensi* 6, no. 2 (2019): 151–162.

		pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. <sup>9</sup>		
2	<i>Responsiveness</i> (X2)	Kesediaan membantu pelanggan (Nasabah) dan memberikan pelayanan tepat waktu dan kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan. <sup>11</sup>	Penyedia ketentuan konsultasi keuangan, karyawan bersedia membantu konsumen, cara karyawan dalam melayani konsumen secara islami, layanan yang cepat dan efisien, dan menginformasikan kepada pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa. <sup>12</sup>	Likert
3	Nilai nasabah (X3)	Suatu tatanan yang dijadikan panduan oleh individu untuk	Nilai emosional (bangga/puas dengan bank langgananya),	Likert

<sup>9</sup> zeithaml, v.a., parasuraman, a. dan Berry, *Delivering Quality Service*, (New York, 1990)

<sup>11</sup> Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketu. (Jakarta: Erlangga publishing, 2008). 52

<sup>12</sup> Zulfadli Hamzah and Astri Ayu Purwati, "The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Sharia Banking," *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* 3 (2019): 98–105.

		menimbang dan memilih suatu keputusan dalam situasi sosial tertentu atas kualitas yang ditawarkan relative lebih tinggi dari pesaing akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen, semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh pelanggan, semakin besar pula kemungkinan terjadinya hubungan (transaksi). <sup>13</sup>	nilai fungsional (layanan yang diberikan oleh bank), nilai harga (kerja sama antara nasabah dengan bank) nilai sosial (kemudahan dalam berinteraksi dengan nasabah lain). <sup>14</sup>	
4	Kepuasan nasabah (Y)	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang	Perasaan puas (pada produk dan kualitas pelayanan),	Liker t

<sup>13</sup> Tjiptono, *Service, Quality & satisfaction*.(2007) 67

<sup>14</sup> Devi Cornelia Sari and R. A. Marlien, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank BNI Syariah Cabang Semarang),” *Proceeding SENDI\_U* (2019): 497–501, <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/7341>.

		muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (ekspektasi). <sup>15</sup>	merekomendasikan kepada orang lain, dan terpenuhinya harapan nasabah setelah membeli produk/jasa. <sup>16</sup> Berdasarkan pengalaman nasabah puas melakukan pembelian, produk sudah memenuhi harapan nasabah, secara keseluruhan nasabah percaya bahwa produk tidak mengecewakan nasabah, dan nasabah tidak complain terhadap produk. <sup>17</sup>	
--	--	--	---	--

## E. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Suatu skala pengukuran dikatakan valid jika skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas adalah ketepatan atau ketelitian suatu alat untuk

<sup>15</sup> Hasan, *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*.

<sup>16</sup> Halaman Jurnal et al., "Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan," *Jimak 1*, no. 3 (2022): 2809–2406.

<sup>17</sup> Kharisma Nawang Sigit and Euis Soliha, "Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah," *Jurnal Keuangan dan Perbankan 21*, no. 1 (2019): 157–168.



untuk mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor atau item pertanyaan dengan skor atau variabel konstruk. Ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji signifikansi yang membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk degree of freedom ( $df$ ) =  $n-k$ . dalam hal ini,  $n$  adalah jumlah sample dan  $k$  adalah jumlah konstruk. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, maka butir pertanyaan dianggap valid. Jika  $r$  hitung kurang dari  $r$  tabel, maka butir pertanyaan dianggap tidak valid.<sup>18</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat kuesioner yang menjadi indikator variabel. Uji reliabilitas memverifikasi konsisten internal alat pengukur dengan alfa Cronbach. Ukuran untuk setiap variabel dianggap reliabel jika Cronbach alpha-nya lebih besar dari 0,60 dan sebaliknya, jika koefisien yang lebih rendah  $<0,60$  diamati untuk alfa Cronbach, itu dianggap tidak reliabel.<sup>19</sup>

Dalam penelitian ini, jawaban responden dinilai dengan skala likert berdasarkan pengaruh *Tangible quality*, *Responsiveness*, dan Nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah BPRS di Kudus yang dinyatakan dengan skor 1-5. Agar data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner menjadi valid dan reliabel, maka dilakukan uji validitas dimana  $r$  hitung dibandingkan dengan  $r$  tabel dan reliabilitas dengan Cronbach alpha lebih besar dari 0,60.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan bahan penelitian ini melalui kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data di mana responden ditawarkan pertanyaan tertulis. Kuesioner ini merupakan pertanyaan atau pernyataan yang diajukan kepada responden secara langsung atau melalui dokumen.<sup>20</sup> Dalam penelitian ini

---

<sup>18</sup> Marsukhin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS* (Kudus: Media Ilmu Press, 2008).93

<sup>19</sup> Marsukin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program Spss* (kudus: mibarda publishing dan media ilmu, 2008).93

<sup>20</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*,.142



pertanyaan (angket) diajukan kepada nasabah BPRS di Kota Kudus.

Kuesioner ini dibuat menggunakan skala likert. Sekala likert mengukur sikap, pendapat, dan persepsi terhadap fenomena sosial. Variabel yang diukur dengan skala likert diubah menjadi indikator variabel. Indikator tersebut kemudian digunakan sebagai titik referensi saat merumuskan pertanyaan.<sup>21</sup> Untuk informasi subjektif, keputusan dibuat dengan evaluasi sebagai berikut : sangat setuju (skor 5), setuju (sekor 4), kurang setuju (skor 3), tidak setuju (skor 2), dan sangat tidak setuju (skor 1).

Untuk mendapatkan data yang akurat, penelitian ini memerlukan pengamatan data sekunder kemudian dilakukan survei lapangan untuk mendapatkan data primer.

#### 1. Data primer

Data primer merupakan informasi yang diperoleh saat itu juga melalui kuesioner yang dibagikan langsung kepada responden. Informasi yang diperoleh dari data primer ini harus diolah kembali. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan datanya.<sup>22</sup> Data primer ini berasal dari jawaban responden terhadap kuesioner yang dibagikan oleh peneliti, dimana respondennya adalah nasabah BPRS di kota Kudus.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah informasi dari catatan, buku dan jurnal berupa laporan keuangan perusahaan, laporan pemerintah dan artikel. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak diperoleh lagi. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah informasi dari internet, jurnal, dan buku-buku yang berhubungan dengan penelitian.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> V. Wiratna sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015).104

<sup>22</sup> V. Wiratna sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta, 2015).89

<sup>23</sup> V. Wiratna sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*.

## G. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Saat pengujian apakah model regresi variabel residual berdistribusi normal, digunakan uji normalitas. Uji t dan f mengasumsikan bahwa residual mengikuti distribusi normal. Pada jumlah sampel yang sedikit, uji statistik dianggap tidak valid apabila asumsi diatas dilanggar.<sup>24</sup> Untuk mengetahui apakah distribusi data mendekati distribusi normal maka menggunakan uji normalitas, yaitu distribusi data yang memiliki bentuk lonceng (*Bell Shaped*). Selain itu, untuk melakukan uji normalitas juga dapat melihat normal probability plot, dimana garis yang menggambarkan data mengikuti garis diagonal. Selain itu, metode uji normalitas yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual yaitu *Kolmogorov-Smirnov (KS)*.<sup>25</sup>

### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas menguji apakah korelasi antara variabel independent pada model regresi. Tidak terjadinya korelasi diantara variabel bebas bisa dikatakan regresi tersebut baik. Variabel tidak akan membentuk otogral jika variabel independen saling berkorelasi satu sama lain. Variabel bebas yang nilai koreklasinya antar variabel nol disebut variabel orthogralpenelitian ini mengkaji nilai VIF (*variance inflation factor*) dan nilai tolerance untuk mengetahui apakah model regresi menunjukan tanda-tanda multikolinieritas atau tidak. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,10 maka gejala multikolinieritas tidak terjadi.<sup>26</sup>

### c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varian dari residual antara pengamatan. Model regresi yang benar menyatakan

---

<sup>24</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multiveriete Dengan Program IBM SPSS*, (2013). 158

<sup>25</sup> Marsukin, *Statistic Inferensial* (Kudus: Media ilmu Pers, 2008).61

<sup>26</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multiveriete Dengan Program IBM SPSS* (2013) 103.

tidak terjadi heteroskedastisitas dapat dikonfirmasi dengan menggunakan metode gletser. Dasar uji heteroskedastisitas yaitu:

- 1) Jika nilai signifikansi  $> \alpha = 0,05$  dapat dikatakan tidak terjadi Heterokedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi  $< \alpha = 0,05$  dapat dikatakan terjadi Heterokedastisitas.

Untuk mendeteksi heterokedastisitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan metode *scatterplot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) terhadap SRESID (nilai residualnya).<sup>27</sup> Dasar pengambilan keputusan pada uji heterokedastisitas yaitu:<sup>28</sup>

- 1) Ketika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola struktur tertentu (bergelombang, mengumpul ditengah, lalu melebar kemudian menyempit, atau menyempit kemudian melebar) berarti terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selain metode gletser dan *scatterplot*, pengujian heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan metode Rank spearman. dimana dasar penentuan uji heteroskedastisitas terhadap rank spearman adalah jika nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) lebih besar dari nilai 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, Namun jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan terjadi masalah heteroskedastisitas.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data SPSS* (Yogyakarta, 2019).122

<sup>28</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: CV wade Group, 2016). 129

<sup>29</sup> Shuffiyanti Aliyah dan Sri Abidah Suryaningsih, "Pengaruh Islamic Branding, Religiusitas, Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Di Kabupaten Gresik," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 4 (2021): 128.

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, terlepas dari apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *tangible quality* (X1), *Responsiveness* (X2) dan Nilai nasabah (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y). adapun persamaan regresi linier berganda dapat dicari dengan rumus:<sup>30</sup>

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

Y = kepuasan nasabah

a = konstanta

X<sub>1</sub> = *Tangible quality*

X<sub>2</sub> = *Responsiveness*

X<sub>3</sub> = Nilai nasabah

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi (*Tangible quality*)

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi (*Responsiveness*)

b<sub>3</sub> = Koefisien regresi (Nilai nasabah)

e = *Error* (tingkat kesalahan)

### 2. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menentukan presentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X). nilai R<sup>2</sup> berada di antara 0 (nol) dan 1 (satu). Ketika R<sup>2</sup> mendekati atau lebih besar dari satu, presentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independent (X) lebih besar. Sebaliknya, ketika R<sup>2</sup> mendekati nol atau lebih kecil,

---

<sup>30</sup> Marsukhin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS.115*

presentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel indeenden (x) semakin kecil.<sup>31</sup>

### 3. Uji F (Simultan)

Uji F merupakan uji signifikansi yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas ( $X_1$   $X_2$   $X_3$ ) secara bersama terhadap variabel terikat (Y). Uji F yang dilakukan peneliti bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *Tangible quality*, *Responsiveness* dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah. Berikut adalah langkah pengujian dalam menentukan formulasi  $H_0$  dan  $H_a$ .<sup>32</sup>

- a. Langkah awal penentuan hipotesis pengujian yaitu:

$H_0$  : Terdapat pengaruh secara bersama antara *Tangible quality*, *Responsiveness* dan Nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah.

$H_a$  : Terdapat pengaruh secara bersama antara *Tangible quality*, *Responsiveness* dan Nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah.

- b. Penentuan tingkat signifikasi  
Tingkat signifikan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ )
- c. Kriteria pengujian

Cara 1

1. Jika  $\text{sig} > 0.05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Jika  $\text{sig} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Cara 2

1. Jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

<sup>31</sup> V. Wiratna sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*.164

<sup>32</sup> V. Wiratna sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015).162

#### 4. Uji t (Parsial)

Uji t adalah uji koefisien regresi parsial satu-ke-satu yang menentukan apakah variabel bebas (X) mempengaruhi variable terikat (Y). Berikut adalah langkah pengujian untuk menentukan formulasi  $H_0$  dan  $H_a$ <sup>33</sup>

- a. Langkah pertama, menentukan hipotesis pengujian yaitu:

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh antara *Tangible quality*, *responsiveness*, dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah.

$H_a$  : Terdapat pengaruh *Tangible quality*, *Responsiveness*, dan Nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah.

- b. Penentuan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05

- c. Kriteria pengujian

Cara 1

1. Jika  $\text{sig} > 0,05$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Jika  $\text{sig} < 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Cara 2

1. Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

---

<sup>33</sup> V. Wiratna sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*.161