

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), dimana peneliti terjun langsung ke dalam penelitian.¹ Penelitian ini dilakukan untuk menggali data dan memperoleh informasi secara detail berasal dari tempat riset penelitian yang berkaitan dengan *Islamic customer relationship management, profit sharing* dan *digital banking terhadap loyalitas nasabah* (Studi kasus Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus).

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan analisis data yang diukur menggunakan skala numeric atau angka, mulai dari proses pengumpulan data, analisis data, dan menampilkan data.² Pendekatan ini akan mempermudah dalam menghitung data yang mempunyai pengaruh *Islamic customer relationship management, profit sharing* dan *digital banking terhadap loyalitas nasabah* (studi kasus Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus).

B. Setting Penelitian

Setting penelitian berisi mengenai objek dan waktu riset yang dilaksanakan, sehingga dapat memperoleh data yang detail serta akurat atau valid.³ Adapun objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus dengan ditujukan kepada nasabah sebagai sumber data dan informasi.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), 13.

² Hardani dan Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), 238.

³ Solimun, Armanu, dan Adji Achmad Rinaldo Fernandes, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Prespektif Sistem (Mengungkap Novelty Dan Memenuhi Validitas Penelitian)* (Malang: UB Press, 2018), 85.

C. Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan salah satu factor penting sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan metode untuk mengumpulkan data. Jenis sumber data penelitian ada dua yaitu:

1. Data Primer, merupakan data murni yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan secara langsung, kemudian diolah dan dapat memiliki arti.⁴ Dalam menjawab masalah penelitian secara khusus, peneliti mengumpulkan data sebelumnya dengan mencari sumber informasi terlebih dahulu sesuai pada kebutuhan, peneliti akan menyebar kuisioner untuk mendapatkan data yang diperlukan oleh peneliti.
2. Data Sekunder, merupakan sumber data penelitian yang diperoleh dari data primer yang sudah diolah dalam bentuk table, grafik, diagram dan gambar.⁵ Data sekunder pada penelitian ini diperoleh berdasarkan dokumentasi, serta pengamatan pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen (orang, kejadian, produk) atau karakteristik tertentu sehingga dapat digunakan untuk menghasilkan sebuah kesimpulan.⁶ Ukuran populasi dapat dibedakan menjadi dua jenis yakni populasi terhingga dan populasi tak terhingga.⁷ Jenis populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu populasi tak terhingga karena jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus yang pernah melakukan transaksi.

⁴ Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori Dan Aplikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), 122.

⁵ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia, 2002), 83.

⁶ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Teori Dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 27.

⁷ Boediono and Wayan Koster, *Teori Dan Aplikasi Statistika Dan Probabilitas* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 363.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁸ Langkah yang dilakukan yaitu mencari beberapa komponen seadanya dari populasi, dimana hasil dari penelitian tersebut dapat mewakili keseluruhan gejala yang diamati.⁹ Adapun metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling* yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk menjadi sampel.¹⁰ Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* atau *opportunitate sampling* dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau ketidaksengajaan siapa saja secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel penelitian jika responden yang dipilih merupakan seseorang yang tepat dan sesuai dengan karakteristik yang peneliti butuhkan.

Kriteria responden yang digunakan untuk dijadikan sampel yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus yang berdomisili Kudus, berusia minimal 17 tahun, nasabah aktif Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus, memiliki rekening tabungan di Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Cochran, sebab total populasi tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka tingkat minimal sampel dapat dilihat pada rumus:¹¹

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q}{e^2}$$

Penjelasan:

n : Jumlah sampel yang akan diperlukan

Z^2 : Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p : Peluang benar sebesar 50% (0,5)

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2004), 73.

⁹ Juiliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi Dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2011), 148.

¹⁰ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Teori Dan Praktik*, 28.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 148.

- q : Peluang salah sebesar 50% (0,5)
 e : Tingkat kesalahan sampel atau sampling eror sebesar 10% (0,1)

Dari rumus diatas, dapat diperkirakan pada pada tingkat ketelitian (α) sebesar 5% dan tingkat kepercayaan sebesar 95% maka didapatkan nilai taraf harapan $Z = 1,96$ dan tingkat kesalahan yang potensial sebesar 10%. Maka untuk memperoleh sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

Diketahui :

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ Dibulatkan menjadi } 97$$

Berdasarkan perhitungan diatas, diperoleh jumlah n yang diperoleh sebanyak 97. Maka, jumlah sampel yang harus dipenuhi dalam penelitian ini minimal sebanyak 97 responden.

E. Desain dan Definisi Oprasional Variabel Penelitian

1. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah pedoman atau prosedur dalam teknik perencanaan penelitian. Desain penelitian yang adalah desain penelitian deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai dari masing-masing variable, dengan memberikan gambaran kedaan secara objektif.

Sedangkan variable penelitian merupakan atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, organisasi atau kegiatan tertentu yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.¹²

a. Variabel Independen

Variabel independen dapat diartikan sebagai variabel bebas, predictor, stimulus, eksogen atau vaiabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variable

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 32.

dependen.¹³ Dalam penelitian yang menjadi variable bebas adalah *Islamic Customer Relationship Management* (X1) merupakan metode yang digunakan untuk meningkatkan hubungan yang kuat dengan nasabah mengedepankan nilai-nilai Islam, *Profit Sharing* (X2) merupakan system bagi hasil yang diterapkan pada bank syariah dan (X3) *Digital Banking* merupakan layanan digital untuk melayani nasabah dapat diakses menggunakan *smartphone* agar efektif dan efisien.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen dapat diartikan sebagai variabel terikat, output, kriteria, konsekuen. Variabel dependen merupakan variabel yang besar kecilnya dipengaruhi oleh variabel bebas.¹⁴ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah (Y) dimana nasabah memiliki beberapa alternatif saat memilih produk dan jasa sebelum melakukan pembelian secara berulang yang menciptakan loyalitas.

2. Definisi Oprasional variabel

Oprasional variabel digunakan peneliti sebagai dasar dalam penyusunan kuisisioner, sehingga dapat membantu dalam menyaring data secara valid. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen. Definisi oprasional variabel dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 3. 1
Definisi Oprasional

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Islamic Customer Relationship Management</i>	<i>Islamic Customer Relationship Management</i> adalah Strategi	1. <i>Continue marketing program</i> 2. <i>One to one marketing</i>	1. Pemasaran berkelanjutan pelayanan khusus yang bersifat jangka	<i>Likert</i>

¹³ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 50.

¹⁴ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: UB Press, 2012), 18.

<p>ent (X1)</p>	<p>yang komprehensif dan proses memperoleh, mempertahankan, dan bermitra dengan selektif pelanggan untuk menciptakan nilai superior bagi perusahaan, pelanggan, para pemangku kepentingan orang lain, dan masyarakat secara umum yang diatur berdasarkan pedoman yang diberikan dalam Al-Quran dan Sunnah.¹⁵</p>	<p>program 3. <i>Partnering program</i>¹⁶</p>	<p>panjang untuk meningkatkan nilai 2. Pemasaran 1 lawan 1, memasarkan produk berdasarkan identifikasi untuk memenuhi kebutuhannya secara spesifik 3. Kemitraan, hubungan kemitraan antara nasabah dengan pemasar untuk melayani kebutuhan nasabah</p>	
<p><i>Profit Sharing</i> (X2)</p>	<p><i>Profit Sharing</i> merupakan sistem dimana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama dalam kegiatan usaha dimana pembagian hasil atas keuntungan yang akan didapat antara</p>	<p>1. Kerjasama 2. Perjanjian 3. <i>Profit Sharing</i> (Nisbah) 4. <i>On Time</i> (Tepat Waktu) 5. <i>Mudharib</i> (Pengelola Dana)</p>	<p>1. Feedback atau timbal balik yang di dapat antara kedua belah pihak. 2. Kesepakatan yang jelas antara kedua belah pihak 3. Prosentase pembagian nisbah antara</p>	<p><i>Likert</i></p>

¹⁵ Ahmad Rafiki, 'Customer Relationship Management Practices in Islamic Banks', 4.

¹⁶ Maudi, 'Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Moga Djaja Di Surabaya': 3.

	kedua pihak atau lebih yang ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak atau akad. ¹⁷		kedua belah pihak 4. Pelayanan jasa yang maksimal ditawarkan oleh pihak bank 5. Kepercayaan pelanggan kepada pihak bank terhadap loyalitas nasabah	
<i>Digital Banking (X3)</i>	<i>Digital banking</i> memungkinkan nasabah dapat bertransaksi dimanapun dan kapanpun, dengan pemanfaatan data yang mereka miliki dalam rangka pemberian layanan dengan lebih cepat, mudah dan sesuai dengan kebutuhan. ¹⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Transaction Speed</i> (Kecepatan Transaksi) 2. <i>Compability</i> (Kesesuaian) 3. <i>Connectivity</i> (Konektivitas) 4. <i>Security</i> (Keamanan) 5. <i>Convenience and Benefits</i> (Kenyamanan dan Keuntungan) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan kecepatan dalam bertransaksi 2. Kesesuaian layanan digital banking dengan gaya hidup pelanggan 3. Memberikan konektivitas yang cepat dalam penggunaan layanan 4. Memberikan keamanan dalam penggunaan layanan 5. Memberikan kenyamanan dan manfaat kepada pelanggan dalam penggunaan 	<i>Likert</i>

¹⁷ Gicella Fanny Andriani and Halmawati, "Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah", 1324

¹⁸ Marlina Asti and Fanny Humairah, 'Peran Digital Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Kredit (Studi Kasus PT. Bank Tabungan Negara Syariah)', 39

			layanan	
Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas nasabah adalah dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. ¹⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Repeat Purchase</i> 2. <i>Purchase accros product line</i> 3. <i>Word Of Mounth</i> 4. <i>Reject Another</i>²⁰ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesetiaan dalam pembelian produk atau jasa 2. Membeli di perusahaan yang sama 3. Merekomendasikan secara total eksistensi perusahaan 4. Ketahanan terhadap pengaruh negative mengenai perusahaan 	<i>Likert</i>

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dalam sebuah penelitian dianggap sebagai peneliti ilmiah maka diperlukan adanya kecermatan dalam pengukurannya. Oleh karena itu, ada dua syarat utama yang harus dipenuhi untuk memperoleh suatu pengukuran yang cermat dan valid yakni sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuisioner.²¹ Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh dari setiap item berdasarkan skor total pada setiap atribut. Teknik korelasi yang digunakan adalah *pearson product*

¹⁹ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke 12* (Jakarta: Erlangga, 2012), 57.

²⁰ Media Febriantiygas, Zainul Arifin, and Dahlan Fanani, "Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Survey Pada Nasabah Bank Jawa Timur Cabang Gedung Inbis Malang)": 4.

²¹ Nilda Miftahul Janna, "Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS", 2.

moment correlation dimana kriteria dalam pengujian validitas yaitu jika r hitung $>$ r table (pada taraf signifikan 0,05) maka item kuisioner tersebut dapat dinyatakan valid. Sedangkan jika r hitung $<$ r table (pada taraf signifikan 0,05) maka item kuisioner tersebut dikatakan tidak valid.²²

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu ketetapan indeks pada alat ukur reliabilitas yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur tersebut stabil dan dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Dikatakan reliabel apabila jawaban responden selalu konsisten, stabil atau tidak pernah berubah dari waktu ke waktu sehingga memberikan hasil yang sama.

Dalam penelitian uji reliabilitas dapat dilakukan dengan program SPSS yaitu menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas dipakai sesudah dilakukan uji validitas yang telah dinyatakan valid. Apabila nilai koefisien reliabilitas $>$ 0,60 maka instrument tersebut dinyatakan reliabel, sedangkan jika nilai koefisien reliabilitas $<$ 0,60 maka instrument dinyatakan tidak reliabel.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang digunakan untuk mengungkapkan informasi kuantitatif yang didapatkan dari responden. Diartikan juga sebagai pencatatan peristiwa, keterangan-keterangan dan karakteristik-karakteristik sebagian atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang penelitian.²³ Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini, antara lain:

1. Angket (Kuisioner)

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan kepada

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 168.

²³ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 61.

responden untuk dijawab. Angket merupakan pengumpulan data yang lebih efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur atau apa yang bisa diharapkan dari responden. Tipe angket yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yaitu menggunakan angket tertutup, dalam hal ini untuk mengetahui tanggapan dari responden atas pertanyaan yang telah diajukan oleh peneliti. Kemudian, diukur dengan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang tentang fenomena social dan pada setiap variabel yang diukur dapat diuraikan menjadi indikator variabel.²⁴ Indikator yang sudah dibuat menjadi titik tolak ukur dalam penyusunan item instrument berupa pernyataan maupun pertanyaan. Berikut merupakan gradasi skala likert mulai dari sangat positif sampai sangat negative dan diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Persepsi Responden

Simbol	Persepsi Responden	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses menghimpun suatu informasi dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada narasumber. Dalam pengajuan wawancara dilakukan secara bebas namun tetap memperhatikan etika, sehingga peneliti dapat menggali informasi sebanyak mungkin mengenai masalah yang sedang dikaji. Dengan demikian, peneliti menanyakan mengenai struktur organisasi, sejarah berdirinya maupun lainnya yang dibutuhkan oleh peneliti.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif. Hal ini dilakukan dengan cara

²⁴ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 60

menjangkau objek penelitian yakni *Islamic Relationship Management, Profit Sharing* dan *Digital Banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus. Berikut rangkaian berdasarkan analisis data yang dilakukan yaitu:

1. Uji Asumsi Klasik atau Uji Prasyarat

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan *ordinary least square* (OLS) terjadi masalah-masalah asumsi klasik.

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah model regresi yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antar variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang signifikan maka dapat dikatakan ada aspek yang sama diukur pada variabel bebas. Betuk regresi yang baik tidak akan terjadi korelasi antara variabel bebas dengan ditemukannya multikolinieritas, kemudian dapat dilihat berdasarkan perhitungan VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan nilai *tolerance* 0,1 lebih dari atau sama dengan dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga penelitian dapat dikatakan baik dan lulus dalam uji multikolinieritas.²⁵

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Analisis model regresi digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dimana tidak boleh adanya korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Dalam menguji autokorelasi, penelitian ini menggunakan teknik uji *Durbin- Watson* (DW test) diperlukan untuk uji autokorelasi tingkat satu serta diperoleh syarat konstanta (*intercept*) pada bentuk regresi dan tidak

²⁵ Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), 154.

terdapat variabel lain diantara variabel bebas. Berikut ini pengujian hipotesis dalam penelitian ini, antara lain:²⁶

Ho : Tidak terdapat autokorelasi ($r = 0$)

Ha : Terdapat autokorelasi ($r \neq 0$)

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan *variance* dari residual yang diamati. Apabila *variance* yang diamati bersifat tetap, maka disebut homokedastitas. Sebaliknya apabila *variance* yang diamati berubah dari satu pengamatan ke pengamatan lain maka disebut heteroskedastisitas. Kondisi model regresi yang baik tidak akan terjadi heteroskedastisitas.²⁷ Uji yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji *scatter plot* dimana dapat dilihat pada grafik *scatter plots* antara *standardized predicted value* (ZPRED) dengan *studentized residual* (SRESID), ada tidaknya pola pada pada grafik ZPRED dengan SRESID, jika sumbu Y telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$). Berikut ini dasar pengambilan keputusannya:

- a) Apabila terdapat pola tertentu missal titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar, menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.
- b) Apabila tidak ada pola yang jelas missal titik-titik menyebar diatas serta dibawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁸

d. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang memiliki tujuan dalam menguji apakah dalam model regresi, pada variabel dependen dan variabel independennya mempunyai nilai distribusi normal ataupun tidak. Pada metode regresi yang bagus mempunyai distribusi normal

²⁶ Siti Maghfiroh, Agus Sunarmo, and Dona Primasari, 'Profesional Audit Dan Etika Kerja Terhadap Tindakan Whistleblowing', *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi* 16, No. 2 (2018), 108.

²⁷ Fajri Ismail, *Statistik Untuk Penelitian Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 220.

²⁸ Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*, 158-165.

ataupun bisa juga mendekati normal. Test yang dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan test statistic yakni grafik normal P- P Plot, Grafik histogram, Non-Parametrik Klotmogorov Smirnow dengan sampel besar ≥ 50 .²⁹

2. Analisis Data

a. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah uji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya yaitu untuk mengetahui sejauh mana variabel *independen* mempunyai pengaruh terhadap variabel *dependen*. Analisis ini dapat memprediksi nilai dari variabel terikat apakah mengalami naik atau turun, serta untuk memperoleh keterkaitan antara variabel bebas dengan variabel terikat sehingga dapat berhubungan secara positif ataupun negatif.

Rumus persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + e$$

Penjelasan:

Y : Loyalitas Nasabah

X₁ : *Islamic Customer Relationship Management*

X₂ : *Profit Sharing*

X₃ : *Digital Banking*

a : Konstanta

b₁ : Koefisien regresi antara *Islamic Customer Relationship Management* terhadap loyalitas nasabah

b₂ : Koefisien regresi *Profit Sharing* terhadap loyalitas nasabah

b₃ : Koefisien regresi *Digital Banking* terhadap loyalitas nasabah

e : Variabel pengganggu (eror)³⁰

b. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi adalah ketepatan garis regresi yang dibuat dari hasil statistic dengan tujuan agar

²⁹ Azuar Juliandi and Dkk, *Mengolah Data Penelitian Bisnis Dengan SPSS* (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2016), 55.

³⁰ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015).

diketahui apakah terdapat pengaruh diantara dua variabel yang menjadi objek penelitian. Koefisien determinasi (R^2) mempunyai range antara 0 sampai 1 ($0 \leq r^2 \leq 1$). Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1) maka berarti pengaruh variabel bebas secara serentak dianggap kuat dan apabila (R^2) mendekati (0) maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serentak adalah lemah.³¹

c. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F adalah uji untuk mengetahui secara simultan pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Untuk menguji hipotesis ini maka dapat dilihat apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh pada variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Sedangkan, apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

d. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t adalah uji untuk melihat secara parsial apakah model regresi variabel *independen* (X_1, X_2, X_3) memiliki pengaruh signifikan pada variabel *dependen* (Y). Jika nilai signifikan yang dihasilkan uji t adalah $P < 0,05$, maka variabel *independen* berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependen*. Selain itu, dapat dilakukan dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan tingkat signifikan ($\alpha = 5\%$) dan derajat kebebasan atau *degree of freedom* (df) ($n-f-1$) dengan ketentuan pengambilan keputusan yaitu apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $\alpha \geq 0,5$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $\alpha \leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.³²

³¹ Anwar Sanusi, *Metode Peneliti an Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 136.

³² Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*, 139-142