

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020:16) penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Lokasi dan Objek Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan. Penetapan lokasi penelitian merupakan tahap yang sangat penting dalam penelitian, karena dengan ditetapkannya lokasi penelitian berarti objek dan tujuan sudah ditetapkan sehingga mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Penelitian ini dilakukan pada PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar yang berlokasi di Jalan Raya Semebaung, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar, Bali.

3.2.2 Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah mengenai kualitas pelayanan, promosi, citra perusahaan dan loyalitas nasabah pada PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar.

3.3 Identifikasi Variabel

Didalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu tiga variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y), yaitu :

- a. Kualitas Pelayanan (X_1), Promosi (X_2), dan Citra Perusahaan (X_3), adalah *independent variabel* (variabel bebas) yang menyebabkan serta mempengaruhi variasi nilai lainnya.
- b. Loyalitas Nasabah (Y) adalah *dependent variabel* (variabel terikat) yang dipengaruhi oleh variabel lain. Loyalitas Nasabah (Y) ini adalah variabel yang akan diprediksi nilainya.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Secara operasional variabel perlu didefinisikan yang bertujuan untuk menjelaskan makna variabel penelitian. Definisi operasional variabel tersebut adalah:

a. Loyalitas Nasabah (Y)

Loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah untuk melakukan transaksi jasa keuangan pada PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar dan merekomendasikannya kepada orang lain untuk melakukan transaksi jasa keuangan pada PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas nasabah menurut Griffin (2016:31) adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan pembelian ulang secara teratur (*Makes regular repeat purchases*), kembali melakukan transaksi keuangan minimal 2 kali dalam sebulan pada PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar.

- 2) Merekomendasikan produk (*Refers other*), merekomendasikan PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar kepada keluarga, teman dan kerabat dekat.
- 3) Menunjukan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*), tidak mudah terpengaruh dengan produk yang ditawarkan lembaga keuangan lainnya.

b. Kualitas Pelayanan (X_1)

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan sikap nasabah terhadap PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar, yang terbentuk dari sejumlah pengalaman jasa yang berhasil maupun tidak berhasil. Menurut Kotler (2018:442) ada lima indikator dari kualitas layanan, yaitu:

- 1) *Reliability* (Keandalan), yaitu kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan harapan nasabah PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar.
- 2) *Assurance* (Jaminan), yaitu PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar memberikan jaminan keamanan pada nasabahnya terkait kemampuan dan pengetahuan tentang LPD.
- 3) *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu kemampuan karyawan dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan cepat kepada nasabah PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar.
- 4) *Empathy* (Empati), yaitu PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar memberikan rasa nyaman dalam memberikan pelayanan sesuai dengan harapan nasabah.

- 5) *Tangibles* (Bukti Fisik), yaitu bentuk tampilan dari PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar.

c. Promosi (X₂)

Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar untuk mengkomunikasikan suatu produk/jasa kepada masyarakat dengan tujuan agar produk/jasa tersebut dapat laku di pasaran. Adapun indikator dari promosi yang dikembangkan oleh Kotler & Keller (2016:272), yang meliputi:

- 1) Jangkauan promosi adalah total *audiens* atau nasabah yang telah dijangkau melalui berbagai media atau saluran promosi yang digunakan oleh PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar dalam jangka waktu tertentu.
- 2) Daya tarik promosi adalah promosi yang menarik akan membuat nasabah lebih tertarik pada produk dan layanan yang ditawarkan PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar.
- 3) Kualitas penyampaian pesan adalah penyampaian informasi dalam iklan PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar sangat menarik.
- 4) Kuantitas penayangan iklan di media promosi adalah penayangan iklan di media cetak maupun elektronik mengenai PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar sering dilakukan.

d. Citra Perusahaan (X₃)

Citra perusahaan adalah kesan atau gambaran dari PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar dimata nasabah yang terbentuk berdasarkan pengetahuan serta pengalaman nasabah sendiri saat melakukan transaksi keuangan

pada PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar. Indikator yang dapat mengukur variabel citra perusahaan diadopsi dari Kotler dan Keller (2019:274) adalah sebagai berikut:

- 1) *Personality* adalah PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar merupakan lembaga keuangan yang terpercaya.
- 2) *Reputation* adalah reputasi yang dimiliki oleh PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar.
- 3) *Value* adalah PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar memiliki nilai lebih dari lembaga keuangan lainnya.
- 4) *Corporate Identity* adalah PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar merupakan lembaga keuangan yang familiar di masyarakat.

3.5 Populasi dan Metode Penentuan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan, dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan (Sugiyono, 2020:126). Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah pada PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar tahun 2025 sebanyak 13.491 orang.

3.5.2 Metode Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2020:127) mendefinisikan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan rumus Slovin dikutip oleh Umar (2015:141), dengan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran populasi

e : Nilai kritis (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan).

Oleh karena populasi sudah diketahui jumlahnya, maka jumlah sampel yang akan diteliti adalah :

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

$$n = \frac{13.491}{1 + 13.491(0,1)^2}$$

n = 99,26 dibulatkan menjadi 99 orang nasabah

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 99 orang nasabah. Adapun pengambilan sampelnya adalah secara *purposive sampling* yaitu menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu agar data yang diperoleh lebih representative (Sugiyono, 2018:85). Berarti responden yang diambil sebagai sampel adalah nasabah yang aktif selama 3 tahun, melakukan transaksi keuangan baik tabungan, deposito maupun kredit minimal 2 kali dalam sebulan, menggunakan lebih dari 1 produk keuangan serta mengikuti sosial media PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar.

3.6 Jenis Data

3.6.1 Berdasarkan Sumber

Berdasarkan sumbernya data yang digunakan dalam penelitian ini digolongkan menjadi data primer dan data sekunder, yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) yang dikumpulkan, diamati dan dicatat pertama kalinya oleh peneliti langsung dan memerlukan pengolahan lebih lanjut yang diperoleh secara langsung dari lapangan atau sumber aslinya. Dalam penelitian ini sumber data primer yaitu hasil dari penyebaran kuesioner atau jawaban yang telah diberikan responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung yang telah diolah lebih lanjut yang diperoleh dari pihak lain atau pihak perusahaan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen dari perusahaan terkait serta sumber lain seperti jurnal ilmiah, buku-buku dan internet yang berkaitan dengan objek penelitian.

3.6.2 Berdasarkan Sifat

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif, yaitu:

a. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka-angka. Dalam penelitian ini yang termasuk dalam data kuantitatif adalah jumlah nasabah dan hasil pengisian kuesioner.

b. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk informasi yang tidak berbentuk angka dan tidak dapat diukur dengan satuan hitung. Dalam penelitian ini yang termasuk data kualitatif adalah sejarah berdirinya dan struktur organisasi perusahaan.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yang merupakan cara untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Menurut Noor (2015:140) observasi adalah pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. Observasi merupakan pengumpulan suatu data dengan mengadakan pengamatan secara langsung di lapangan dan mencatatnya secara sistematis/menyeluruh tentang obyek yang diteliti.

b. Wawancara

Menurut Noor (2015:138) wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung dengan yang diwawancarai tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan dahulu untuk

dijawab pada kesempatan lain. Wawancara yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung kepada narasumber yaitu nasabah, pimpinan dan karyawan yang dapat memberikan informasi maupun data.

c. Kuesioner (angket)

Menurut Sugiyono (2020:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang diajukan kepada responden pada variabel kualitas pelayanan, promosi, citra perusahaan dan loyalitas nasabah. Karena variabel-variabelnya masih berbentuk kualitatif maka terlebih dahulu harus dikuantitatifkan dengan menggunakan skala likert yaitu dengan memberikan skor kepada masing-masing indikator variabelnya. Menurut Sugiyono (2020:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, antara lain:

- | | |
|------------------------------------|---------------|
| 1) Jawaban SS/Sangat Setuju | diberi skor 5 |
| 2) Jawaban S/Setuju | diberi skor 4 |
| 3) Jawaban KS/Kurang Setuju | diberi skor 3 |
| 4) Jawaban TS/Tidak Setuju | diberi skor 2 |
| 5) Jawaban STS/Sangat Tidak Setuju | diberi skor 1 |

d. Studi dokumentasi

Menurut Noor (2015:141) studi dokumentasi adalah sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Studi dokumentasi dilakukan dengan pengumpulan data, menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik.

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2020:192) bahwa hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid ketika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan apa yang di ukur oleh kuesioner tersebut. Syarat yang harus dipenuhi sebagai berikut:

- a. Jika nilai koefisien korelasi *pearson product moment* ($r \geq 0,30$), maka item-item pernyataan dari kuesioner adalah valid.
- b. Jika nilai koefisien korelasi *pearson product moment* ($r \leq 0,30$), maka item-item pernyataan dari kuesioner adalah tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2020:172) bahwa hasil penelitian yang *reliabel* adalah bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang *reliabel* adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner adalah konsisten

atau stabil dari waktu ke waktu. Ketentuan suatu instrumen dikatakan *reliable* atau handal, apabila memiliki koefisien *Cronbach's alpha* (α) lebih besar dari 0,60.

3.9 Teknik Analisis Data

Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat bilangan atau angka-angka. Sumber data penelitian ini adalah hasil jawaban kuisisioner pada variabel kualitas pelayanan, promosi, citra perusahaan dan loyalitas nasabah. Pada masing-masing jawaban kuisisioner diquantitatifkan dengan memberikan skor dengan menggunakan skala *likert*. Data-data yang diperoleh dari hasil penelitian setelah dilakukan tabulasi data, maka selanjutnya dianalisis dengan analisis statistik, sebagai berikut:

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:145) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu dan residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dideteksi dengan Parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Suatu variabel dikatakan terdistribusi normal jika nilai *asympt. sig (2-tailed)* > 0,05.

2) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:103) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Model

regresi dikatakan telah bebas dari masalah multikolinearitas apabila memiliki angka *Tolerance* lebih dari 10% atau VIF (*Varian Inflation Factor*) kurang dari 10.

3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:139) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk mendeteksi terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas dapat ditentukan secara statistik dengan uji Glejser. Glejser mengusulkan untuk meregresi nilai *absolut residual* terhadap variabel *independent*. Ketentuan tidak mengandung adanya heteroskedastisitas yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *probabilitas signifikansi* < 0,05 maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai *probabilitas signifikansi* > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipergunakan untuk mengetahui pola perubahan loyalitas nasabah sebagai variabel terikat yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, promosi dan citra perusahaan sebagai variabel bebas dengan rumus: (Sugiyono, 2020:307)

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

Dimana:

Y = Loyalitas nasabah

a = Nilai konstan

X_1 = Kualitas pelayanan

X_2 = Promosi

X_3 = Citra perusahaan

b_1 = Koefisien regresi dari kualitas pelayanan (X_1)

b_2 = Koefisien regresi dari promosi (X_2)

b_3 = Koefisien regresi dari citra perusahaan (X_3)

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan antara variabel kualitas pelayanan, promosi dan citra perusahaan terhadap variabel loyalitas nasabah yang dinyatakan dalam persentase. Determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut: (Sugiyono, 2020:78).

$$D = R^2 \times 100\%$$

Dimana:

D = determinasi

R= koefisien korelasi berganda

d. Analisis Statistik Uji F ($F_{\text{-test}}$)

Analisis statistik uji F ($F_{\text{-test}}$) ini digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi berganda (R) maupun persamaan regresi berganda tersebut signifikan atau secara kebetulan saja. Formulasi pengujian hipotesis diuji dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Rumusan Hipotesis

$H_0: b_{1,2,3} = 0$, tidak ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan, promosi dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar.

$H_a: b_{1,2,3} > 0$, ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan, promosi dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar.

2) Menggunakan derajat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% ($\alpha=0,05$) dan $df = (k-1);(n-k)$ untuk menentukan nilai F_{tabel}

3) Menghitung F_{hitung}

Dengan rumus sebagai berikut: (Sudjana, 2016:250)

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

Dimana :

$F = F_{\text{hitung}}$

$R =$ koefisien korelasi berganda

$n =$ banyaknya sampel

$k =$ banyaknya variabel

4) Membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} , dengan kriteria sebagai berikut :

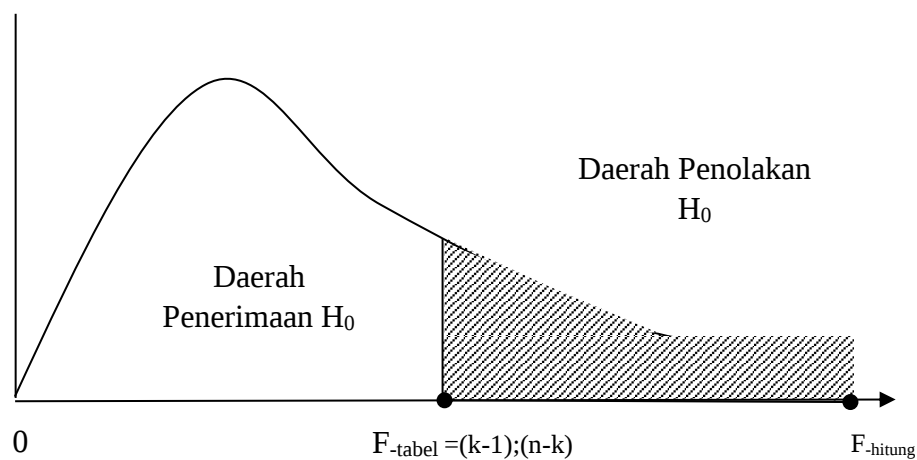
a) Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b) Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Apabila H_0 ditolak, berarti bahwa pengaruh antara variabel tersebut adalah signifikan.

5) Pengambilan keputusan, yaitu menerima H_0 atau menolak H_a .

Gambar 3.1
Kurva Normal Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0
Distribusi Uji F



6) Mendapatkan keputusan

Sesuai gambar daerah penerimaan dan penolakan H_0 dan kriteria yang telah ditentukan, jika nilai F_{hitung} berada pada daerah penolakan H_0 maka pengaruh adalah signifikan, sedangkan jika nilai F_{hitung} berada pada daerah penerimaan H_0 maka pengaruh adalah tidak signifikan.

e. Analisis Statistik Uji t (t-test)

Analisis statistik uji t (t-test) adalah suatu uji untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Formulasi pengujian hipotesis diuji dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Kualitas pelayanan secara individu berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

a) Rumusan hipotesis

$H_0 : b_1 = 0$, tidak ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar.

$H_a : b_1 > 0$, ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar.

b) Menggunakan derajat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% ($\alpha=0,05$) dan $df=(n-k)$ untuk menentukan nilai t_{tabel}

c) Menghitung t_{hitung}

Dengan rumus: (Sugiyono, 2020:223)

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b_i}{S_{(b_i)}}$$

Dimana:

t_{hitung} = t_{hitung}

b_i = Koefisien regresi ke – i

$S_{(b_i)}$ = Kesalahan standar koefisien regresi ke-i (*Standar error of regresion*)

d) Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut:

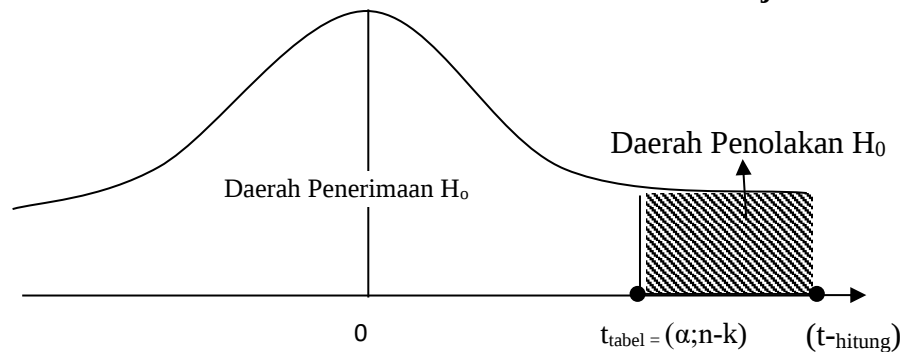
(1) Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

(2) Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Apabila H_0 ditolak, berarti bahwa pengaruh antara variabel tersebut adalah signifikan.

- e) Pengambilan keputusan, yaitu menerima H_0 atau menolak H_a .

Gambar 3.2
Kurva Normal Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0 Uji t_1 -test



- f) Mendapatkan keputusan

Berdasarkan Gambar 3.2 daerah penerimaan dan penolakan H_0 dan kriteria yang telah ditentukan, jika nilai t_{hitung} berada pada daerah penolakan H_0 maka pengaruhnya adalah signifikan, sedangkan jika nilai t_{hitung} berada pada daerah penerimaan H_0 , maka pengaruhnya adalah tidak signifikan.

- 2) Promosi secara individu berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

- a) Rumusan hipotesis

$H_0 : b_2 = 0$, tidak ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara promosi terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar.

$H_a : b_2 > 0$, ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara promosi terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar.

- b) Menggunakan derajat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% ($\alpha=0,05$) dan $df=(n-k)$ untuk menentukan nilai t_{tabel}

- c) Menghitung t_{hitung}

Dengan rumus: (Sugiyono, 2020:223)

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b_i}{S_{(b_i)}}$$

Dimana:

$t_{\text{hitung}} = t_{\text{hitung}}$

$b_i =$ Koefisien regresi ke – i

$S_{(b_i)} =$ Kesalahan standar koefisien regresi ke-i (*Standar error of regresion*)

- d) Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut:

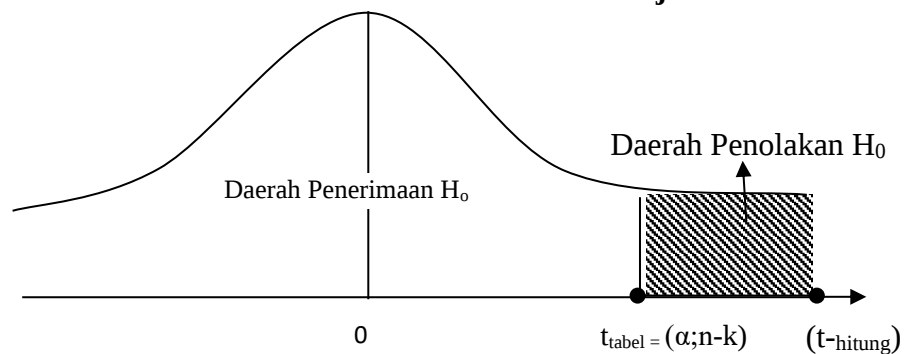
(1) Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

(2) Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Apabila H_0 ditolak, berarti bahwa pengaruh antara variabel tersebut adalah signifikan.

- e) Pengambilan keputusan, yaitu menerima H_0 atau menolak H_a .

Gambar 3.3
Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0 Uji t_2 -test



f) Mendapatkan keputusan

Berdasarkan Gambar 3.3 daerah penerimaan dan penolakan H_0 dan kriteria yang telah ditentukan, jika nilai t_{hitung} berada pada daerah penolakan H_0 maka pengaruhnya adalah signifikan, sedangkan jika nilai t_{hitung} berada pada daerah penerimaan H_0 , maka pengaruhnya adalah tidak signifikan.

3) Citra perusahaan secara individu berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

a) Rumusan hipotesis

$H_0 : b_3 = 0$, tidak ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar.

$H_a : b_3 > 0$, ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPR Sari Werdhi Sedana di Kabupaten Gianyar.

b) Menggunakan derajat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% ($\alpha=0,05$) dan $df=(n-k)$ untuk menentukan nilai t_{tabel}

c) Menghitung t_{hitung}

Dengan rumus: (Sugiyono, 2020:223)

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b_i}{S_{(b_i)}}$$

Dimana:

t_{hitung} = t_{hitung}

b_i = Koefisien regresi ke – i

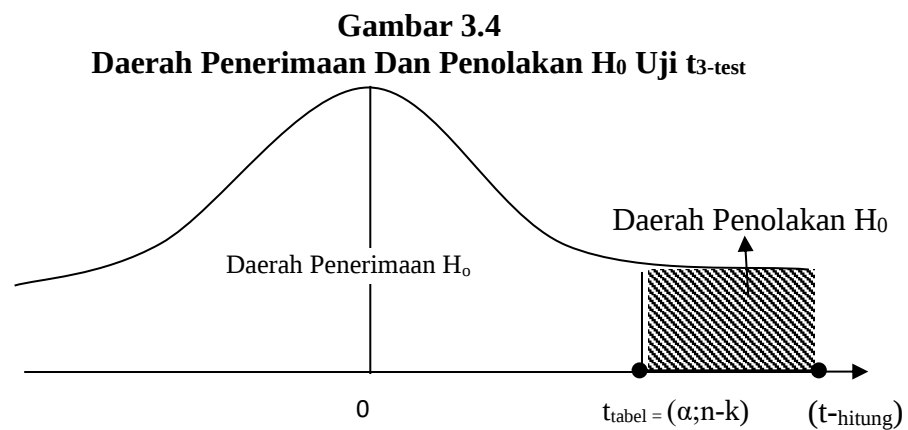
$S_{(b_i)}$ = Kesalahan standar koefisien regresi ke-i (*Standar error of regresion*)

d) Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut:

- (1) Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- (2) Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Apabila H_0 ditolak, berarti bahwa pengaruh antara variabel tersebut adalah signifikan.

e) Pengambilan keputusan, yaitu menerima H_0 atau menolak H_a .



f) Mendapatkan keputusan

Berdasarkan Gambar 3.4 daerah penerimaan dan penolakan H_0 dan kriteria yang telah ditentukan, jika nilai t_{hitung} berada pada daerah penolakan H_0 maka pengaruhnya adalah signifikan, sedangkan jika nilai t_{hitung} berada pada daerah penerimaan H_0 , maka pengaruhnya adalah tidak signifikan.

3.10 Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian menjelaskan beberapa tahapan dari jenis kegiatan yang dilakukan selama proses penelitian. Jadwal penelitian ini disajikan dalam Tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2025			2026						
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1.	Observasi lapangan										
2.	Penyusunan pra proposal										
3.	Penyusunan dan bimbingan proposal										
4.	Ujian proposal										
5.	Perbaikan hasil ujian proposal										
6.	Pengumpulan data skripsi										
7.	Penyusunan dan bimbingan skripsi										
8.	Sidang skripsi										

Sumber : data diolah, 2026