

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:32) Objek Penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Sesuai dengan pengertian diatas bahwa pengertian objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian ilmiah, maka yang menjadi objek penelitian adalah *Customer Relationship Management* (CRM), *Trustworthiness* dan Reputasi. Sedangkan yang menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini adalah nasabah bank **bjb** Cabang Suci.

3.2 Metode yang Digunakan

Metode yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif. Secara harfiah penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat deskripsi mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian. Menurut Sugiyono (2012:53) suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri), dan tidak membuat perbandingan antara satu variabel dengan variabel lainnya.

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Sugiyono (2012:55) merupakan pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Mashuri (2008)

dalam Narimawati (2010:29) adalah sebagai berikut: “Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan”.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif (dalam Purwanto, 2012:164) merupakan sebuah paradigma dalam memandang kebenaran sebagai suatu yang tunggal, objektif, universal dan dapat diverifikasi. Senada dengan pendapat Creswell (2010:5) mendefinisikan Penelitian kuantitatif sebagai metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur biasanya dengan instrumen-instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik.

Penelitian kuantitatif menyederhanakan kompleksitas gejala dengan mereduksi ke dalam ukuran yang dapat ditangani dan diukur. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji atau memverifikasi suatu teori dibandingkan mengembangkannya. Maka dalam penelitian ini perlu adanya teori yang diajukan. Peneliti menentukan penelitian ini sebagai penelitian kuantitatif dikarenakan penelitian yang akan dilakukan adalah untuk mencari kebenaran apakah terdapat pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan *Trustworthiness* terhadap Reputasi Bank.

3.3 Sumber Data Penelitian

Menurut Supranto (2006:76) Data adalah segala sesuatu yang diketahui atau dianggap mempunyai sifat biasa memberikan gambaran tentang suatu keadaan atau persoalan. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tanpa melalui perantara). Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan data kuesioner. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan peneliti berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada responden berupa pernyataan yang diisi berdasarkan pilihan jawaban yang disediakan

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa data-data mengenai lokasi penelitian

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data, menjelaskan bagaimana sumber diperoleh dan dari mana sumber diperoleh. Dalam penelitian ini penyusun menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya:

1. Studi kepustakaan, yaitu pengambilan data dengan cara mempelajari buku-buku dan dokumen yang berhubungan dengan pokok-pokok penelitian. Studi kepustakaan ini bertujuan untuk menjangkau data sekunder sebagai bahan

referensi dalam membantu melakukan analisis terhadap permasalahan yang ada dilapangan.

2. Studi lapangan, yaitu teknik pengambilan data dengan melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian. Studi lapangan ini menggunakan dua bentuk kegiatan yaitu:

- a. Observasi, yaitu pengambilan data atau informasi dengan mengamati langsung terhadap objek yang sedang diteliti untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya.
- b. Angket, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan tertulis dan terstruktur kepada responden untuk memperoleh keterangan mengenai masalah yang diteliti. Jenis angket yang digunakan adalah angket yang berisi pernyataan-pernyataan dengan disertai alternatif jawaban yang telah disediakan

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:297) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah bank **bjb** di Cabang Suci sebanyak 30.000 orang.

3.5.2 Sampel dan Teknik Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2011:298-299) adalah:

Sampel adalah sebagian dari populasi. Penelitian berangkat dari populasi tertentu, tetapi karena keterbatasan tenaga, dana, waktu dan fikiran, maka peneliti menggunakan sampel sebagai obyek yang dipelajari atau sebagai sumber data. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, penulis menggunakan teknik *Probability sampling*. Sugiyono (2009:118) mengatakan bahwa “Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”. Teknik *Probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan random sampling dimana pengambilan sampel dilakukan secara acak. dengan menggunakan rumusan dari slovin pada taraf 10% maka diperoleh ukuran sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2} = \frac{30000}{1 + 30000(0.1)^2} = 99.67 \approx 100$$

Dengan demikian maka sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 nasabah **bjb** yang ada di Cabang Suci.

3.6 Operasional Variabel

Definisi operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang diteliti. Menurut Masri di dalam buku Riduwan dan Kuncoro (2008:182), definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel, dengan kata lain definisi operasional

adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Sedangkan menurut Sarwono (2006:27) definisi operasional juga memungkinkan sebuah konsep yang bersifat abstrak dijadikan suatu yang operasional sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan pengukuran.

Sedangkan definisi konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat dan sering disebut variabel stimulus, predictor, atau antecedent. Sugiyono (2012:59) berpendapat bahwa variabel bebas mampu mempengaruhi variabel lain atau mampu mengikat variabel lain, dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah:

a. Menurut Tunggal (2010) Variabel *Customer Relationship Management* (CRM) adalah integrasi dari strategi penjualan, pemasaran, dan pelayanan yang terkoordinasi. CRM menyimpan informasi pelanggan dan merekam seluruh kontak yang terjadi antara pelanggan dan perusahaan, serta membuat profil pelanggan untuk staf perusahaan yang memerlukan informasi tentang pelanggan tersebut. Dimensi yang digunakan untuk mengukur CRM adalah sebanyak 3 dimensi diantaranya:

- *Continuity Marketing*
- *One to one Marketing*
- *Partnering program*

b. Menurut Moorman, dkk (2011) *Trustworthiness* adalah kepercayaan (*Trust*) adalah kesediaan (*willingness*) individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu

mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain tersebut. Indikator yang digunakan untuk mengukur *Trustworthiness* adalah sebanyak 3 indikator diantaranya:

- Integritas (*Integrity*)
- Kebaikan (*Benevolence*)
- Kompetensi (*Competence*)

2) Sugiyono (2012:59) mengemukakan bahwa variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, sering juga disebut *variabel output*, dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Reputasi Bank. Dalam penelitian ini reputasi bank diukur melalui 4 dimensi sebagai berikut:

- Tingkat kepedulian terhadap lingkungan sosial
- Tingkat kemampuan tata kelola perusahaan
- Tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank
- Tingkat kualitas layanan perbankan
- Tingkat keunggulan perusahaan dibandingkan dengan kompetitornya

Berikut ini tabel mengenai variabel - variabel yang digunakan dalam penelitian beserta indikatornya:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Konsep	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
1	<i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	Integrasi dari strategi penjualan, pemasaran, dan pelayanan yang terkoordinasi. CRM menyimpan informasi pelanggan dan merekam seluruh kontak yang terjadi antara pelanggan dan perusahaan, serta membuat profil pelanggan untuk staf perusahaan yang memerlukan informasi tentang pelanggan tersebut (Tunggal:2010)	<i>Continuity Marketing</i>	Sistem keanggotaan	Interval
				Pemberian diskon, voucher, dan fasilitas khusus	
				Point reward kepada pelanggan	
			<i>One to one marketing</i>	Kesopanan karyawan	
				Keramahan karyawan	
				Kecepatan atau kesigapan	
				Kemampuan menyelesaikan masalah	
				Penanganan keluhan	
				Pemberian kartu ucapan	
			<i>Partnering program</i>	Kemampuan perusahaan dalam mendeliver pelayanan di dalam dan di luar perusahaan	
2	<i>Trustworthiness</i>	Kepercayaan (<i>Trust</i>) adalah kesediaan (<i>willingness</i>) individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan	Tingkat integritas (<i>integrity</i>)	kewajaran (<i>fairness</i>)	Interval
				pemenuhan (<i>fulfillment</i>)	
				kesetiaan (<i>loyalty</i>)	
				keterus-terangan (<i>honestly</i>)	
				keterkaitan (<i>dependability</i>)	
				kehandalan (<i>reliability</i>)	
			Tingkat kebaikan (<i>benevolence</i>)	Perhatian	
				Empati	
				Keyakinan	

No	Variabel	Konsep	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
		(<i>confidence</i>) kepada pihak lain tersebut. (Moorman dkk, 2011)		Daya terima	
			Tingkat kompetensi (<i>competence</i>)	Kompetensi	
				Pengalaman	
				Pengesahan institusional	
				Kemampuan dalam ilmu pengetahuan	
3	Reputasi Bank	Reputasi sebagai kepercayaan menyeluruh atau keputusan mengenai tingkat dimana sebuah perusahaan diberi penghargaan tinggi dan terhormat. (Weiss dkk. dalam Pursetyaningsih, 2013)	Tingkat kepedulian terhadap lingkungan sosial	Bidang Pendidikan Bidang pelestarian lingkungan Bidang kesehatan Bidang perkreditan	
			Tingkat kemampuan tata kelola perusahaan	Kinerja karyawan bank bjb Perilaku karyawan bank bjb Penanganan keluhan nasabah bjb	
			Tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank	Tingkat keamanan bank bjb Kredibilitas bank bjb Nama baik bank bjb	
			Tingkat kualitas layanan perbankan	<i>Tangibles</i> / bukti fisik <i>Reliability</i> / kehandalan <i>Emphaty</i> / kepedulian <i>Responsiveness</i> / daya tanggap <i>Assurance</i> / jaminan	Interval
			Tingkat keunggulan perusahaan dibandingkan dengan kompetitornya	Jaringan kantor yang tersebar luas Jumlah nasabah bank bjb	

3.7 Instrumen Penelitian

Di dalam suatu penelitian alat pengumpul data atau instrumen penelitian akan menentukan data yang dikumpulkan dan menentukan kualitas penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tentang pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan *Trustworthiness* serta dampaknya terhadap Reputasi Bank. Adapun skala yang digunakan dalam instrumen penelitian ini adalah skala *likert*. Dengan menggunakan skala *likert*, setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan positif atau negatif. Adapun ketentuan skala jawaban sebagai berikut:

Sangat Setuju : 5

Setuju : 4

Cukup Setuju : 3

Tidak Setuju : 2

Sangat tidak setuju : 1

Sumber : (Churchill dan Iacobucci, 2010: 274)

Instrumen dalam penelitian ini berupa kuesioner atau angket tertutup yang jawaban alternatifnya sudah disediakan oleh peneliti. Agar setiap jawaban responden dapat dihitung, maka diperlukan alat ukur yang tepat dalam memberikan skor pada setiap jawaban responden. Oleh karena itu, dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Kemudian untuk menghasilkan instrument yang baik maka perlu dilakukan pengujian instrument penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen ukur yang telah disusun benar-benar mengukur apa yang perlu diukur. Uji validitas dimaksudkan sebagai ukuran seberapa cermat suatu alat uji melakukan fungsi ukurannya. Suatu alat ukur yang validitasnya tinggi akan mempunyai varian kesalahan yang kecil sehingga data yang terkumpul merupakan data yang dapat dipercaya. Pengujian dilakukan dengan menggunakan korelasi pearson, dengan kriteria jika $r_{hitung} > r_{0,05}$ dikatakan valid, sebaliknya jika $r_{hitung} \leq r_{0,05}$ tidak valid. Dalam uji validitas ini digunakan teknik korelasi *Product Moment* dengan rumus:

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

Arikunto (2006:170)

Dimana:

r_{hitung} = koefisien korelasi

$\sum X_i$ = jumlah skor item

$\sum Y_i$ = jumlah skor total

n = jumlah responden

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Di dalam pandangan *positivistic* (kuantitatif), suatu data dinyatakan *reliable* apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang berbeda. Berdasarkan Umar (2008:170), teknik perhitungan reliabilitas yang

digunakan dalam penelitian ini adalah uji Cronbach's Alpha. Untuk menghitung uji reliabilitas, penelitian ini menggunakan rumus *alpha* dari Cronbach sebagaimana berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_n^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Arikunto (2006:171)

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pernyataan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_n^2$ = Jumlah *varians* butir

σ_t^2 = *varians* total

Menurut Hair (2008), kaidah keputusan menggunakan nilai kritis *alpha cronbrach* yaitu jika nilai koefisien ≥ 0.70 maka instrument tersebut dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

3.8 Metode Pengolahan Data

Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dalam mengungkapkan makna dari data yang telah diproses dari proses penelitian yang telah dilakukan. Dalam penelitian ini, analisis data merupakan upaya menyelidiki secara mendalam tentang data yang berhasil diperoleh peneliti berlangsung sehingga akan diketahui makna dan keadaan yang sebenarnya dari apa yang telah diteliti. Dalam penelitian ini akan dilakukan analisis deskriptif dan pengolahan data dengan menggunakan *path analysis* dimana penjelasan dijabarkan sebagai berikut:

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2012:147) Analisis Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Data yang dideskripsikan merupakan variabel-variabel dependen dan independen dalam penelitian, yaitu *Customer Relationship Management* (CRM) (X1), *Trustworthiness* (X2), serta Reputasi Bank (Y). Berikut adalah langkah-langkah analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini:

a) Pengkodean data

Pengkodean data dimaksudkan untuk menterjemahkan data yang kita peroleh kedalam kode-kode yang biasanya dalam bentuk angka. Misalnya dalam penelitian, dimana instrumen kuesionernya menggunakan skala interval likert. Maka Pengkodeannya adalah sebagai berikut. STS (Sangat Tidak Setuju) diberi nilai 1, TS (Tidak Setuju) diberi nilai 2, CS (Cukup Setuju) diberi nilai 3, S (Setuju) diberi nilai 4, dan SS (Sangat Setuju) diberi nilai 5. Sedangkan untuk *screening question* dilakukan pengkodean apa adanya. Tujuannya ialah agar data tersebut dapat dipindahkan dan diolah dengan *software* komputer semacam *Excel* dan *SPSS*. Sehingga mempermudah peneliti dalam mengolah data dan mengurangi probabilitas salah penghitungan dalam proses analisis dan penarikan kesimpulan.

b) Melakukan analisis jenjang

Analisis Jenjang dilakukan dengan menghitung:

- 1) skor terendah = 1 (skala likert terendah) x jumlah responden x
jumlah pertanyaan
 - 2) skor tertinggi = 5 (skala likert tertinggi) x jumlah responden x
jumlah pertanyaan
 - 3) Interval total = skor tertinggi – skor terendah
 - 4) Interval antar kategori = interval total : 5 (jumlah kategori)
- c) Langkah selanjutnya adalah melakukan teknik penghitungan persentase.
Dengan menghitung rumusan sebagai berikut:
- $$\text{Presentase} = (\text{Score real} : \text{Score Maksimal}) \times 100\%$$
- dimana *score real* adalah *score* sebenarnya untuk masing-masing item, sedangkan *score* maksimal adalah nilai yang diperoleh bila semua responden menjawab sangat setuju.
- d) Langkah terakhir dalam analisis deskriptif, agar data lebih mudah dimengerti, maka sebaiknya dibuat uraian deskriptif singkat untuk masing-masing variabel.

3.8.2 Analisis Jalur

Untuk menganalisa data secara keseluruhan digunakan *path analysis* (analisis jalur). Pada prinsipnya *path analysis* ini sama dengan regresi seperti yang dikemukakan Riduwan dan Kuncoro (2012:4) bahwa model regresi dan model *path analysis* sama-sama merupakan analisis regresi, tetapi penggunaan kedua model tersebut adalah berbeda. Hal ini diperjelas oleh Rasyid dalam (Riduwan dan Kuncoro, 2012:4-5) bahwa untuk tujuan peramalan nilai Y atas dasar nilai X,

pola hubungan yang sesuai adalah model regresi, sedangkan tujuan hubungan sebab akibat pola yang tepat adalah struktural.

Menurut Sudjana (2013:293) analisis jalur merupakan suatu metode yang digunakan pada model kausal yang telah dirumuskan peneliti atas dasar pertimbangan teoritis dan pengetahuan tertentu, dengan kata lain analisis jalur memiliki kegunaan untuk mengecek atau menguji model kausal yang diteorikan dan bukan menurunkan teori kausal tersebut.

Berbeda dengan model regresi biasa dimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen hanya berbentuk pengaruh langsung. Selain itu dalam penggunaan analisis regresi liner ganda perlu dilakukan uji asumsi klasik atau uji persyaratan analisis regresi ganda sehingga persamaan garis regresi yang diperoleh benar-benar dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau kriterium.

Adapun hubungan antara variabel dalam analisis jalur ada dua, yaitu:

1. Pengaruh langsung biasanya digambarkan dengan panah satu arah dari satu variabel ke variabel lainnya.
2. Pengaruh tidak langsung digambarkan dengan panah satu arah pada satu variabel pada variabel lain, kemudian dari variabel lain panah satu arah ke variabel berikutnya.

Riduwan dan Kuncoro (2012:2) mengemukakan bahwa persyaratan yang diperlukan dalam analisis jalur, seperti:

1. Hubungan antara variabel harus merupakan hubungan linier, aditif dan bersifat normal.
2. Sistem aliran hanya ke satu arah dan tidak sebaliknya.

3. Semua variabel residu tidak mempunyai korelasi satu sama lain.
4. Skala pengukuran baik pada variabel penyebab maupun akibat sekurang-kurangnya skala ukur interval.

Sebelum melakukan analisis jalur peneliti menggambarkan terlebih dahulu pola hubungan antar variabel penyebab dan variabel akibat yang didasarkan pada teori-teori yang terdahulu.

Secara umum bentuk persamaan jalurnya adalah sebagai berikut:

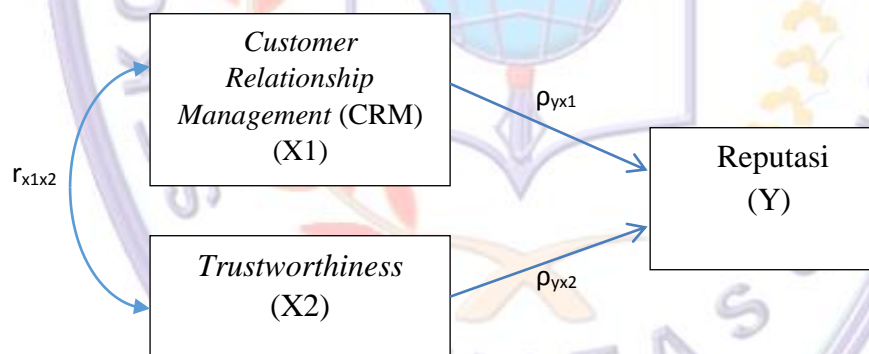
$$Y = \tilde{n}_{yx1}X_1 + \tilde{n}_{yx2}X_2 + \cdots + \tilde{n}_{yxk}X_k + \tilde{a}$$

Keterangan:

Y = variabel akibat (*endogenous*)

ρ = koefisien jalur antara variabel akibat dan variabel penyebab

ε = variabel residu



Gambar 3.1
Model Jalur Analisis

Keterangan:

X1 : *Customer Relationship Management (CRM)*

X2 : *Trustworthiness*

Y : Reputasi

ρ_{yx1} : Koefisien Jalur CRM terhadap Reputasi

ρ_{yx2} : Koefisien Jalur *Trustworthiness* terhadap Reputasi

r_{x1x2} : Koefisien Korelasi CRM dengan *Trustworthiness*

ε : Error

Pada gambar 3.1 menunjukkan bahwa diagram jalur tersebut terdapat 2 buah variabel eksogenus (variabel yang jadi pengaruh atau variabel penyebab), yaitu *Relationship Management* (CRM) (X1) dan *Trustworthiness* (X2) serta sebuah variabel endogenus (variabel yang dipengaruhi atau variabel akibat), yaitu Reputasi Bank (Y); serta satu variabel residu e yang merupakan gabungan dari: (1) Variabel lain, diluar variabel eksogenus yang mungkin mempengaruhi Y dan telah teridentifikasi oleh teori, tetapi tidak dimasukkan dalam model. (2) Variabel lain diluar variabel eksogenus yang mungkin mempengaruhi Y tetapi belum teridentifikasi oleh teori. (3) Kekeliruan pengukuran dan (4) Komponen yang sifatnya tidak menentu.

Pada diagram juga mengisyaratkan bahwa hubungan antara X dengan Y adalah hubungan kausal, dimana besarnya pengaruh langsung dari misal untuk X ke Y dinyatakan oleh besarnya nilai numerik koefisien jalur ρ_{yx} , sedangkan koefisien jalur $\rho_{y\epsilon}$ menggambarkan besarnya pengaruh langsung variabel residu terhadap Y.

Dari gambar 3.1 dapat ditentukan persamaan substruktur sebagai berikut:

$$Y = \tilde{n}_{yx1}X_1 + \tilde{n}_{yx2}X_2 + \tilde{a}_1$$

Untuk menghitung koefisien jalur antara variabel penyebab dengan variabel akibat didasarkan pada struktur hubungan antar variabel penyebab dengan sebuah variabel akibat. Koefisien jalur merupakan koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y. Adapun rumus yang digunakan sebagaimana

yang dikemukakan oleh Muhidin dan Abdurahman (2011:225), menggunakan rumus Korelasi Pearson, dengan rumus sebagai berikut:

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

3.8.3 Pengujian Hipotesis

Ermory dalam Sumarni & Wahyuni (2006:112), menyatakan bahwa di dalam statistik, hipotesis yang di uji adalah hipotesis yang sesuai yang ada di bab 2 merupakan pernyataan tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistik (sampel). Sebaliknya, di lain pihak ada hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa ada perbedaan antara parameter dan statistik.

Langkah-langkah dalam pengujian hipotesis secara umum menurut Rasyid dalam Somantri dan Muhidin (2006:161), antara lain:

1. Nyatakan hipotesis statistik H_1 yang sesuai dengan hipotesis penelitian yang di ajukan.
2. Menentukan taraf kemaknaan atau nyata α (*level of significance*).
3. Kumpulkan data melalui sampel
4. Menggunakan statistik uji yang tepat.
5. Menentukan titik kritis dan daerah kritis (daerah penolakan) H_1 .
6. Hitung nilai statistik uji berdasarkan data yang dikumpulkan. Perhatikan nilai hitung statistik uji jatuh di daerah penerimaan atau daerah penolakan.
7. Berikan kesimpulan statistik (*statistical conclusion*).
8. Menentukan nilai p (p -value).

3.8.3.1 Pengujian Secara Keseluruhan (Simultan)

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini maka variabel yang akan dianalisis terdiri dari variabel independen yaitu *Customer Relationship Management* (CRM) (X_1) dan *Trustworthiness* (X_2) serta variabel dependen yaitu Reputasi Bank (Y).

Hipotesis secara keseluruhan dalam penelitian ini adalah:

$$H_1 : \rho_{yx1} \neq \rho_{yx2} \neq 0$$

(terdapat pengaruh yang signifikan antara *Customer Relationship Management* dan *Trustworthiness* terhadap Reputasi Bank pada bank **bjb** Cabang Suci).

Nilai Alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah $\alpha = 5\%$. Di dalam menguji hipotesis secara keseluruhan menggunakan statistik uji F dengan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{(n - k - 1)R^2_{YX_1X_2...X_k}}{k(1 - R^2_{YX_1X_2...X_k})}$$

Kriteria ujinya adalah tolak H_0 jika nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} dan sebaliknya terima H_0 jika jika nilai F_{hitung} lebih kecil atau sama dengan nilai F_{tabel} .

3.8.3.2 Hipotesis Secara Parsial

Jika terdapat penolakan pada H_1 saat pengujian secara keseluruhan berarti sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho_{yx1} \neq 0$. Untuk mengetahui ρ_{yx1} mana yang sama dengan nol, atau untuk menguji hipotesis konseptual yang diajukan, maka dilakukan pengujian secara individual.

Apabila prosedur pengujian simultan H_1 ditolak, dan disimpulkan terdapat pengaruh secara bersama-sama, selanjutnya dilakukan pengujian individual untuk melihat signifikansi pengaruh variabel independen (X_1 dan X_2) secara parsial terhadap variabel dependen (Y) maka dilakukan pengujian dengan uji t.

Hipotesis - hipotesis antara lain:

1. Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Reputasi Bank

$$H_1 : \rho_{yx_1} \neq 0$$

(terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Customer Relationship Management* terhadap Reputasi Bank pada bank **bjb** Cabang Suci).

2. Pengaruh *Trustworthiness* terhadap Reputasi Bank

$$H_1 : \rho_{yx_2} \neq 0$$

(terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Trustworthiness* terhadap Reputasi Bank pada bank **bjb** Cabang Suci).

Nilai Alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah $\alpha = 5\%$. Di dalam menguji hipotesis secara keseluruhan menggunakan statistic uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t_i = \frac{Pyx_i}{\sqrt{\frac{(1 - R^2)CR_{ii}}{(n - k - 1)}}}, i = 1, 2,$$

Di dalam penelitian ini, dasar pengambilan keputusan, untuk menentukan hipotesis adalah berdasarkan uji t, yaitu:

- a. Jika statistik t hitung $< t$ tabel, maka H_1 ditolak.
- b. Jika statistik t hitung $> t$ tabel maka H_1 diterima.