

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilaksanakan adalah penelitian jenis penelitian ini adalah kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian ini juga merupakan penelitian kausal, dimana penelitian memiliki tujuan yang jelas yaitu menghubungkan sebab akibat antara variabel *relationship marketing (trust dan familiarity)* dengan loyalitas anggota dari KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan, dimana *relationship marketing* sebagai sebab dan *loyalitas* anggota sebagai akibat. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 1 bulan, yaitu mulai tanggal 3 Desember 2012 – 3 Januari 2013. Lokasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah

Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitul Mal wat Tamwil Masalah Mursalah Lil Ummah (KJKS BMT MMU) Cabang Sidogiri, yang bertempat di Jl. Raya SidogiriNo.09 Pasuruan, Jawa Timur.

C. Obyek Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari subjek-subjek yang karakteristiknya akan diduga. Menurut Nasir, populasi merupakan kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan.⁴⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah seluruh anggota KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan pada tahun 2012 adalah 1569 anggota.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi.⁴⁹ Untuk mendapatkan sampel yang dapat menggambarkan populasi, maka dalam penentuan sampel penelitian ini digunakan rumus Slovin sebagai berikut:⁵⁰

⁴⁸ Muhammad Nasir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia, 1999), 144.

⁴⁹ *Ibid.*, 325.

⁵⁰ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, cetakan ke-6 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 108.

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir yakni sebesar 10%.

Dari jumlah populasi tersebut dengan tingkat kelonggaran ketidakteelitian sebesar 10% dengan tingkat kepercayaan sebesar 90%, maka dengan menggunakan rumus diatas diperoleh sampel sebesar 94 anggota.

Adapun teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*, teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁵¹

Pengumpulan data kuisisioner dilakukan selama 7 hari terhitung mulai tanggal 10 Desember 2012 sampai dengan 16 Desember 2012, dengan metode aksidental, meminta anggota yang sedang melakukan kunjungan atau bertransaksi di KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan untuk mengisi kuisisioner yang diajukan oleh peneliti.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 85.

D. Variabel Penelitian

Variabel yang diteliti terbagi menjadi 2 variabel besar, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Adapun definisi operasional variabel untuk masing-masing variabel dan indikatornya adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*Independent variable*), adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lain. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah penerapan *relationship marketing* (X). *Relationship marketing* adalah strategi pemasaran yang memfokuskan membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggannya. Sedangkan indikator dari penerapan *relationship marketing* terdiri dari:⁵²

a. *Trust* (X_1), upaya membangun kepercayaan dengan anggota, yang terdiri dari tiga *atribute* yaitu:

1) *Harmony* ($X_{1,1}$), adanya hubungan yang harmonis dengan saling memahami peran baik KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan maupun anggota.

Pengukuran *harmony* dalam penelitian ini terdiri dari 3 pertanyaan. Skor penilaian dengan menggunakan skala likert berkisar antara 1-5, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju. Skor terendah

⁵² Ratih, Analisis Kualitas Pelayanan, 270.

menunjukkan rendahnya persepsi anggota tentang harmonisasi yang terjalin pada KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan, sedangkan skor tertinggi menunjukkan baiknya harmonisasi yang terjalin antara anggota dengan KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan.

- 2) *Acceptance* ($X_{1,2}$), adanya hubungan saling menerima berdasarkan kejelasan dari maksud dan tindakan yang diambil masing-masing pihak, baik KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan maupun anggota.

Pengukuran *Acceptance* dalam penelitian ini terdiri dari 3 pertanyaan. Skor penilaian dengan menggunakan skala likert berkisar antara 1-5, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju. Skor terendah menunjukkan rendahnya persepsi anggota terhadap penerimaan maksud dan tindakan KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan pada anggota, sedangkan skor tertinggi menunjukkan baiknya persepsi anggota terhadap penerimaan maksud dan tindakan KJKS BMT MMU pada anggota.

- 3) *Participation simplicity* ($X_{1,3}$), adalah kemudahan untuk dapat saling berhubungan tanpa penentuan batasan.

Pengukuran *Participation simplicity* dalam penelitian ini terdiri dari 3 pertanyaan. Skor penilaian dengan menggunakan skala likert berkisar antara 1-5, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju. Skor terendah menunjukkan rendahnya persepsi anggota terhadap kemudahan untuk berhubungan dengan KJKS BMT MMU Cabang

Sidogiri Pasuruan, sedangkan skor tertinggi menunjukkan baiknya persepsi anggota terhadap kemudahan untuk berhubungan dengan KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan.

b. *Familiarity* (X_2), membangun situasi dimana seorang konsumen merasa nyaman dalam *relationship* yang dibangun. *Familiarity* terdiri dari tiga *attribute* yaitu:

1) *Personal understanding* ($X_{2,1}$), pemahaman fungsi hubungan secara pribadi antara KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan dengan anggota yang saling menguntungkan.

Pengukuran *personal understanding* dalam penelitian ini terdiri dari 3 pertanyaan. Skor penilaian dengan menggunakan skala likert berkisar antara 1-5, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju. Skor terendah menunjukkan rendahnya persepsi anggota terhadap pemahaman fungsi secara pribadi KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan kepada anggotanya. Sedangkan skor tertinggi menunjukkan baiknya persepsi anggota terhadap pemahaman fungsi secara pribadi KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan kepada anggotanya.

2) *Personal awareness* ($X_{2,2}$), perhatian (pendekatan) secara pribadi KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan terhadap anggota yang saling menguntungkan.

Pengukuran *personal awareness* dalam penelitian ini terdiri dari 2 pertanyaan. Skor penilaian dengan menggunakan skala likert berkisar antara 1-5, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju. Skor terendah menunjukkan rendahnya persepsi anggota terhadap pendekatan pribadi yang telah dilakukan KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan kepada anggotanya. Sedangkan skor tertinggi menunjukkan baiknya persepsi anggota terhadap pendekatan pribadi yang telah dilakukan KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan kepada anggotanya.

- 3) *Professional awareness* ($X_{2,3}$), menyadari standard yang seharusnya dilakukan oleh KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan terhadap anggota.

Pengukuran *Professional awareness* dalam penelitian ini terdiri dari 3 pertanyaan. Skor penilaian dengan menggunakan skala likert berkisar antara 1-5, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju. Skor terendah menunjukkan rendahnya persepsi anggota terhadap profesionalitas kinerja yang terdapat pada KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan, sedangkan skor tertinggi menunjukkan baiknya persepsi anggota terhadap profesionalitas praktek pelaksanaan yang ada pada KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan.

c. Variabel terikat (*dependent variable*)

Menurut Zeithaml *et al* dalam Japarianto, loyalitas pelanggan (Y_1), dengan indikator empirik sebagai berikut:⁵³

1. *Say positive things* ($Y_{1,1}$), adalah berupa penyampaian kepada orang lain dalam bentuk kata-kata secara positif tentang KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan, biasanya berupa ulasan, cerita atau uraian pengalaman. Pengukuran *say positive things* dalam penelitian ini terdiri dari 1 pertanyaan. Skor penilaian dengan menggunakan skala likert berkisar antara 1-5, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju. Skor terendah menunjukkan rendahnya persepsi anggota terhadap eksistensi KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan, dan sebaliknya.
2. *Recommend friends* ($Y_{1,2}$), adalah suatu proses yang berujung pada mengajak pihak lain untuk ikut menikmati penyedia jasa tersebut akibat dari pengalaman positif yang dirasakan. Pengukuran *recommend friends* dalam penelitian ini terdiri dari 1 pertanyaan. Skor penilaian dengan menggunakan skala likert berkisar antara 1-5, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju. Skor terendah menunjukkan rendahnya tingkat kesediaan anggota

⁵³ Edwin Japarianto, "Analisa Kualitas Layanan, 36.

merekomendasikan KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan kepada orang lain, dan sebaliknya.

3. *Continue purchasing* ($Y_{1.3}$), adalah sikap untuk melakukan pembiayaan ulang terus-menerus oleh anggota tersebut pada KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan tertentu, sehingga menimbulkan perulangan yang dapat dilandasi dari kesetiaan.

Pengukuran *continue purchasing* dalam penelitian ini terdiri dari 1 pertanyaan. Skor penilaian dengan menggunakan skala likert berkisar antara 1-5, dari jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban sangat setuju. Skor terendah menunjukkan rendahnya tingkat keseringan anggota untuk bertransaksi pada KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan, dan sebaliknya.

E. Hipotesis

1. Hipotesis secara simultan

H_a = Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *relationship marketing* (*trust* dan *familiarity*) terhadap loyalitas anggota KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan secara simultan.

2. Hipotesis secara parsial

H_a = Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *relationship marketing* (*trust* dan *familiarity*) terhadap loyalitas anggota KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan secara parsial.

F. Instrumen Penelitian

1. Uji validitas

Uji validitas adalah ketepatan (kecermatan) suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05. Adapun ketentuan suatu item dikatakan valid apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item tersebut tidak valid.⁵⁴ Atau lebih dari 0,30.

2. Uji reliabilitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Menurut Arikunto dalam Priyatno, uji reliabilitas ini dapat menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:⁵⁵

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

⁵⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi 2 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2002), 135.

⁵⁵ Dwi Priyatno, *SPSS Untuk Analisis Data & Uji Statistik* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 25.

Dimana: r_{II} =

r_{II} = Reliabilitas *instrument*

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir/item

V_t^2 = Varian total

Uji signifikansi dilakukan pada taraf signifikansi 0,05. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel, bila nilai *alpha* lebih besar dari r kritis *product moment*, atau menggunakan batasan kurang dari 0,60. Uji ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS 16.

G. Data dan Sumber Data

1. Jenis data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Penelitian ini menggunakan dua macam jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang merupakan data yang di dapatkan dari sumber utama (langsung) yakni anggota KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan. Data sekunder merupakan yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder diperoleh dan dikumpulkan dari hasil studi pustaka berupa berkas-berkas, catatan atau

laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) baik yang telah dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan.

2. Sumber data

a. Data Primer

Dalam penelitian ini, data primer digunakan untuk memberikan informasi mengenai persepsi anggota atas KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan. Adapun data primer dalam penelitian ini adalah angket atau kuisioner, serta wawancara (interview).

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah:

- 1) Profil KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan.
- 2) Dokumen data anggota KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan.
- 3) Dokumen-dokumen yang relevan dengan pembahasan penelitian.

 Seperti: buku panduan KJKS BMT MMU, Prosedur pengajuan pembiayaan pada KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan.

- 4) Foto-foto gedung KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan.

3. Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, peneliti menggunakan berbagai metode, yaitu:

a. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan cara pengumpulan data dengan menyebarkan suatu daftar yang berisi serangkaian pertanyaan tertulis yang disusun secara sistematis, yang diserahkan langsung kepada responden yang akan diteliti untuk diisi. Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisisioner kepada seluruh anggota KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan yang ditemui di KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan.

Selanjutnya agar jawaban responden dapat diukur maka jawaban responden diberi skor. Dalam pemberian skor maka digunakan skala *likert*. Menurut Efendy dan Singarimbun, skala *likert* adalah cara pengukuran yang berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap seseorang (responden) terhadap sesuatu.⁵⁶

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu cara pengumpulan data dengan sebuah dialog yang dilakukan oleh peneliti langsung kepada informan atau pihak yang berkompeten dalam suatu permasalahan. Dalam hal ini peneliti mewawancarai secara langsung kepada anggota KJKS BMT MMU

⁵⁶ Efendi dan Singarimbun, *Metode Penelitian Survey* (Jakarta: LP3ES, 2001), 111.

Cabang Sidogiri Pasuruan dan juga pengurus KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan untuk menunjang data yang dibutuhkan peneliti.

c. Dokumentasi

Data yang dikumpulkan dengan melihat dokumen atau catatan-catatan yang relevan dengan strategi *relationship marketing* ini.

d. Observasi

Kegiatan observasi dilakukan pada KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan. Subyek baik dalam wawancara ataupun pengisian kuisisioner dapat diamati aktivitas kerja kesehariannya tanpa mengajukan pertanyaan.

H. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data hasil penelitian mengenai kebijakan-kebijakan perusahaan dalam menetapkan kebijaksanaan manajemen sumber daya manusia digunakan analisis statistik antara variabel-variabel dengan metode yang akan dipergunakan adalah sebagai berikut :

1. Uji validitas dan reliabilitas

a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada

kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dari kuisisioner tersebut. Valid atau tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor total variabel.⁵⁷

Menurut Azwar, tidak ada batasan universal yang menunjuk kepada angka minimal yang harus dipenuhi agar suatu tes dikatakan valid. Suatu hal yang harus disadari, bahwa dalam estimasi validitas pada umumnya tidak dapat dituntut suatu koefisien yang tinggi sekali sebagaimana halnya dalam interpretasi koefisien reliabilitas. Koefisien validitas yang tidak begitu tinggi katakanlah berada sekitar angka 0,50 akan lebih dapat diterima dan dianggap memuaskan daripada koefisien realibilitas dengan angka yang sama. Namun apabila koefisien validitas itu kurang daripada 0,30 biasanya dianggap sebagai tidak memuaskan. Angka ini ditetapkan sebagai konvensi yang didasarkan pada asumsi distribusi skor dari kelompok subyek yang berjumlah besar. Dengan demikian, Jika nilai pada $r_{hitung} > 0,30$ pernyataan tersebut valid. Akan tetapi, jika $r_{hitung} \leq 0,30$, pernyataan tersebut tidak valid.⁵⁸

b. Uji reliabilitas

⁵⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate* 135.

⁵⁸ Ibid., 157-158.

Uji reliabilitas merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Perhitungan keandalan butir dalam penelitian ini menggunakan fasilitas yang diberikan oleh SPSS untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α), yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach Alpha* $\geq 0,60$.⁵⁹ Menurut Arikunto dalam Priyatno, uji reliabilitas ini dapat menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:⁶⁰

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana:

r_{11} = Reliabilitas *instrument*

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir/item

V_t^2 = Varian total

Uji signifikansi dilakukan pada taraf signifikansi 0,05. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel, bila nilai *alpha*

⁵⁹ Ibid., 132.

⁶⁰ Dwi Priyatno, SPSS, 25.

lebih besar dari r kritis *product moment*, atau menggunakan batasan kurang dari 0,60. Uji ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS 16.

2. Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Tujuan dari dilakukannya uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Normal disini dalam arti mempunyai distribusi data yang normal. Normal atau tidaknya berdasar patokan distribusi normal dari data dengan mean dan standar deviasi yang sama. Jadi, uji normalitas pada dasarnya melakukan perbandingan antara data yang dimiliki dengan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi sama dengan data.

Data yang mempunyai distribusi normal merupakan salah satu syarat dilakukannya *parametric-test*. Data yang mempunyai distribusi normal berarti mempunyai sebaran normal pula. Untuk mengetahui apakah data yang dianalisis normal, secara kasat mata dapat dilihat histogram dari data yang dimaksud, apakah membentuk kurva normal atau tidak. Untuk mendapatkan histogram dan mengetahui normal atau tidak, dalam penelitian dipakai statistik parametrik (statistik inferensial) menggunakan pendekatan grafik (histogram dan P-Plot),

dimana sebaran data yang menyebar ke semua daerah kurva normal. Dapat disimpulkan bahwa data mempunyai distribusi normal. Demikian juga dengan Normal P-Plot. Data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal yang menandakan normalitas data.⁶¹

b. Uji Multikolinearitas

Dalam statistika sebuah model regresi dikatakan baik atau cocok, jika dipenuhi asumsi-asumsi ideal (klasik), yakni tidak adanya multikolinieritas. Sehingga proses kontrol terhadap model perlu dilakukan untuk menelaah dipenuhi tidaknya asumsi tersebut.

Multikolinier adalah terjadinya hubungan linier antar variabel bebas dalam persamaan regresi linier berganda. Apabila ternyata ada hubungan linier antar variabel bebas, maka persamaan regresi linier berganda tersebut terjadi multikolinier.

Pendeteksian adanya multikolinier digunakan nilai Toleransi atau VIF (Variance Inflation Factor), jika nilai Toleransi kurang dari 0,1 atau nilai VIF melebihi 10 maka hal tersebut menunjukkan bahwa

⁶¹ Teori. Online, Uji normalitas, <http://teorionline.wordpress.com/2011/04/02/uji-normalitas/> diakses pada 10 Desember 2012 (20.00)

multikolinearitas adalah masalah yang pasti terjadi antar variabel bebas.⁶²

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah nilai varians residual dengan varians setiap variabel bebas tidak sama. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan korelasi rank Spearman antara residual dengan seluruh variabel bebas. Pada regresi linier nilai residual tidak boleh ada hubungan dengan variabel X. Hal ini bisa diidentifikasi dengan cara menghitung korelasi rank Spearman antara residual dengan seluruh variabel bebas.⁶³

d. Uji linieritas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah sebaran data yang diuji mempunyai sebaran yang sesuai dengan garis linier. Teknik yang digunakan untuk menguji dengan menganalisis koefisien korelasi masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat.

3. Analisis regresi linier berganda

⁶² Suliyanto, Uji asumsi klasik, 19, <http://management-unsoed.ac.id> diakses pada 10 Desember 2012 (20.54)

⁶³ Ibid., 27.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Rumus:

$$\hat{Y} = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Dimana :

\hat{Y} = Loyalitas anggota

x_1 = Variabel *trust*

x_2 = Variabel *familiarity*

b_1 = Koefisien regresi variabel antara x_1 dan y

b_2 = Koefisien regresi variabel antara x_2 dan y

a = Konstanta

4. Pengujian hipotesis

a. Uji F (Uji simultan)

Uji F yaitu suatu uji untuk mengetahui *trust* dan *familiarity* secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan. Adapun kriteria uji ini adalah H_0 ditolak jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , H_0 diterima jika F_{hitung} kurang dari F_{tabel} . F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} pada derajat signifikan 5%.

b. Uji t (uji parsial)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh *trust* dan *familiarity* terhadap loyalitas anggota KJKS BMT MMU Cabang Sidogiri Pasuruan secara parsial. Adapun kriteria uji ini adalah H_0

ditolak jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . H_0 diterima jika t_{hitung} kurang dari t_{tabel} . Tingkat signifikansi juga menggunakan 5%.