

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Subjek dan Objek Penelitian**

##### 1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah responden yang terlibat langsung di dalam penelitian. Dalam penelitian ini subjeknya adalah nasabah yang menerima fasilitas kredit mikro di bank BJB cabang bandar lampung.

##### 2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah berbagai variabel yang akan diteliti. Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh program, Pemasaran (X) yang terdiri dari: produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ), tempat ( $X_4$ ), karyawan ( $X_5$ ), proses ( $X_6$ ) dan bukti fisik ( $X_7$ ) terhadap kepuasan ( $Y_1$ ) dan loyalitas nasabah ( $Y_2$ ) kredit mikro pada Bank BJB Cabang Bandar Lampung.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian ini dirancang sebagai suatu penelitian survei dan kausal. Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Penelitian kausal adalah penelitian yang dilakukan karena adanya hubungan sebab akibat, dimana ada suatu interaksi bisa positif maupun negatif terhadap suatu masalah yang akan diteliti.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:119). Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah seluruh debitur yang sedang menikmati fasilitas kredit dan pernah menikmati fasilitas kredit mikro Bank BJB Cabang Bandar Lampung sejak maret 2012 sampai dengan Maret 2015.

Berdasarkan data yang didapatkan dari Bank BJB Bandar Lampung bahwa populasi nasabah kredit mikro sejak maret 2012 sampai dengan Maret 2015 berjumlah 100 nasabah maka responden yang dijadikan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden atau populasi nasabah Bank BJB dengan komposisi 89 orang yang sedang masih menikmati dan 11 orang yang pernah menikmati fasilitas kredit mikro di Bank BJB Cabang Bandar Lampung.

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dijelaskan dalam buku Metode Penelitian oleh Sugiyono (2012:120). Meskipun sampel hanya merupakan bagian dari populasi, kenyataan-kenyataan yang diperoleh dari sampel itu harus dapat menggambarkan dalam populasi. Agar

sampel yang diambil dapat *representative* atau mewakili populasi, maka pengambilan sampelnya harus tepat.

### **3.4 Sumber Data**

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini diperoleh dari sumber yang secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu :

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari penduduk kota Bandar Lampung yang menjadi debitur mikro pada Bank BJB Cabang Bandar Lampung yang menjadi responden penelitian, melalui pengisian kuesioner.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung. Data ini diperoleh melalui yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, misalnya literatur terkait, majalah, internet, keterangan-keterangan atau publikasi lainnya. Jadi, data sekunder berasal dari tangan kedua, ketiga dan seterusnya, artinya melewati satu atau lebih pihak yang bukan peneliti sendiri.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

1. Kuesioner.

Alasan menggunakan kuesioner karena penelitian ini merupakan penelitian survei dengan meminta tanggapan konsumen mengenai produk Kredit Mikro pada Bank BJB cabang bandar lampung. Penyebaran kuesioner dilakukan secara tertutup dimana peneliti menemui langsung responden yang telah menikmati fasilitas Kredit Mikro pada Bank BJB Cabang Bandar Lampung. Pengumpulan data menggunakan instrumen

kuesioner yang terdiri dari kuesioner program pemasaran dan loyalitas nasabah.

2. Observasi, yaitu suatu cara untuk memperoleh data dilakukan dengan mengadakan pengamatan terhadap aktivitas bank sebagai penyalur kredit mikro.
3. Wawancara yaitu dengan mengadakan wawancara secara langsung dengan responden atau nasabah kredit mikro Bank BJB.
4. Dokumentasi yaitu suatu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian yang bersumber dari perusahaan.

### **3.6 Definisi Operasional Variabel**

Keputusan tentang produk seringkali memasukkan bentuk, nama merek, jaminan pasca pembelian dan kemasan. Menurut (Swastha, Irawan, 2005:187), sebuah produk harus melalui kegiatan khusus sebelum menjadi produk akhir. Beberapa kegiatan yang dilakukan adalah: menentukan tujuan produk baru, merencanakan kegiatan-kegiatan eksplorasi, mengadakan pemilihan alternatif, mengembangkan spesifikasi, mengkoordinasikan kegiatan pengujian dan pre komersialisasi, mengarahkan kelompok-kelompok antar departemen.

- a. Bauran pemasaran jasa ( $X_1$ ) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan dalam pemasaran dalam upaya untuk mencapai tujuan pemasarannya pada pasar yang dituju, yang dimaksud dengan bauran pemasaran adalah produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), karyawan (*People*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*).

1. Produk (*product*) merupakan pernyataan nilai konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Indikator produk yaitu :
  - a) Jenis produk kredit yang ditawarkan beragam yaitu (kredit mikro, kredit umum, kredit usaha rakyat).
  - b) Memberikan dampak positif terhadap kredit yang telah diterima.
2. Mempunyai Harga (*price*) adalah jumlah uang yang dibayar konsumen untuk produk tertentu yang nilainya sebanding dengan nilai produk yang ditawarkan. Indikator ini diukur dengan 4 item, sebagai berikut :
  - a) Tingkat suku bunga dapat bersaing dengan lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank.
  - b) Kesesuaian biaya provisi dengan nominal kredit yang didapatkan.
  - c) Kesesuaian biaya asuransi dengan jaminan yang diagunkan.
  - d) Kesesuaian biaya notaris dengan nominal kredit dan agunan.
3. Promosi (*promotion*) adalah seluruh aktifitas yang dilaksanakan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran. Indikator ini diukur melalui 3 item sebagai berikut:
  - a) Tingkat menarik atau tidaknya brosur atau iklan yang dipasang.
  - b) Tingkat frekuensi penayangan iklan di media elektronik.
  - c) Kepercayaan konsumen terhadap promosi dari mulut ke mulut.
4. Tempat (*place*) adalah tempat kegiatan agar produk dapat dijangkau dan tersedia bagi konsumen. Indikator ini diukur melalui 3 item sebagai berikut :
  - a) Kemudahan tempat untuk dijangkau nasabah.

- b) Kesan terhadap tempat dan penampilan Bank BJB.
  - c) Tersedianya halaman parkir dan keamanan.
5. Orang (*People*) adalah semua unsur manusia yang terlibat dalam penyampaian produk dan jasa yang selanjutnya akan mempengaruhi persepsi pembeli. Indikatornya diukur melalui 4 item, terdiri atas :
- a) Kemampuan dan ketrampilan karyawan dalam melayani nasabah.
  - b) Kepedulian karyawan dalam memberikan pelayanan.
  - c) Kerapian karyawan.
  - d) Keramahan karyawan dalam melayani nasabah.
6. Proses (*process*) merupakan segala kegiatan transaksi sebelum, dan sesudah melakukan pembelian. Indikator proses diukur melalui 3 item, terdiri atas :
- a) Persyaratan pengajuan kredit mikro sangat mudah dan dapat dipenuhi oleh nasabah.
  - b) Proses pengajuan sampai realisasi kredit tidak membutuhkan waktu yang lama.
  - c) Kemudahan dalam pembayaran angsuran kredit.
7. Bukti Fisik (*physical evidence*) adalah keputusan mengenai tata ruang Bank BJB yang memberikan kenyamanan dan kemudahan bergerak bagi pelanggan. Indikator ini diukur melalui 4 item sebagai berikut :
- a) Tingkat komposisi warna ruangan, penataan interior yang menarik.
  - b) Tingkat kebersihan dan kenyamanan Bank BJB.
  - c) Tingkat kebersihan toilet.

- d) Suhu ruangan, alunan musik/siaran TV, dan penerangan yang memadai.
- b. Kepuasan Nasabah ( $Y_1$ ) yaitu tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari kesannya terhadap kinerja dan pelayanan suatu perusahaan serta harapannya. Pengukuran kepuasan nasabah dibagi menjadi tiga indikator yaitu: kepuasan pada produk, kepuasan pada kualitas layanan dan kepuasan pada manfaat produk.
1. Kepuasan pada produk ( $Y_1$ ) merupakan perasaan nasabah sebagai hasil penilaian terhadap jasa / produk yang diperoleh dari Bank . Indikator ini diukur melalui 1 item sebagai berikut :
    - a) Kepuasan nasabah pada produk kredit mikro Bank BJB.
  2. Kepuasan pada kualitas layanan merupakan perasaan nasabah sebagai hasil penilaian terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Bank BJB. Indikator ini diukur melalui 2 item sebagai berikut :
    - a) Kepuasan konsumen pada bukti fisik, kelengkapan produk dan perilaku karyawan Bank BJB.
    - b) Kepuasan konsumen pada keandalan karyawan dalam memberikan pelayanan.
  3. Kepuasan pada spesifikasi produk merupakan perasaan pelanggan sebagai hasil penilaian. Indikator ini diukur melalui 2 item sebagai berikut :
    - a) Kepuasan konsumen pada biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk.
    - b) Kepuasan konsumen pada kemudahan dalam mendapatkan produk.

c. Loyalitas Nasabah ( $Y_2$ ) merupakan niat perilaku nasabah yang diekspresikan dalam waktu yang panjang untuk tetap memilih produk/jasa.

Loyalitas nasabah diukur dengan empat indikator yaitu :

1. Niat untuk melakukan pembelian ulang, merupakan niat nasabah untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk/jasa. Indikator ini diukur melalui 2 item sebagai berikut:
  - a) Niat nasabah untuk menambah nominal kredit atau *top up* plafon kredit pada Bank BJB
2. Niat untuk mengatakan hal-hal positif tentang perusahaan kepada orang lain, merupakan niat nasabah untuk memberikan informasi yang baik kepada orang lain. Indikator ini diukur melalui 1 item sebagai berikut :
  - a) Niat untuk mengatakan hal-hal positif tentang perusahaan kepada orang lain.
3. Niat untuk merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, merupakan niat nasabah untuk merekomendasikan. Indikator ini diukur melalui 2 item sebagai berikut :
  - a) Niat merekomendasikan kepada seseorang yang membutuhkan informasi.
  - b) Niat untuk mengajak keluarga atau teman untuk memilih Bank BJB sebagai penyalur kredit mikro.
4. Niat memberikan informasi personal kepada perusahaan (*giving personal information*), merupakan niat memberikan informasi personal kepada Bank BJB. Indikator ini diukur melalui 3 item sebagai berikut :

- a) Niat pelanggan untuk memberikan informasi personal tentang kinerja produk/jasa.
- b) Niat pelanggan untuk memberikan saran-saran untuk perbaikan produk/jasa.

Adapun secara detail dapat dirumuskan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Definisi Operasional untuk variable penelitian**

No	Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran Pencapaian
1	Program Pemasaran (X)	Produk (X <sub>1</sub> )	Produk ( <i>product</i> ) merupakan pernyataan nilai konsumen terhadap produk yang ditawarkan	Jenis produk kredit yang ditawarkan beragam yaitu (kredit mikro, kredit umum, kredit usaha rakyat)	Interval (skor), Kuesioner dengan skor pada skala Likert jenjang 5
				Memberikan dampak positif terhadap kredit yang telah diterima.	
		Harga (X <sub>2</sub> )	Harga ( <i>price</i> ) adalah jumlah uang yang dibayar konsumen untuk produk tertentu yang nilainya sebanding dengan nilai produk yang ditawarkan.	Tingkat suku bunga dapat bersaing dengan lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank.	Interval (skor), Kuesioner dengan skor pada skala Likert jenjang 5
				Kesesuaian biaya provisi dengan nominal kredit yang didapatkan.	
				Kesesuaian biaya asuransi dengan jaminan yang diagunkan.	
		Promosi (X <sub>4</sub> )	Promosi ( <i>promotion</i> ) adalah seluruh aktifitas yang dilaksanakan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran.	Tingkat menarik atau tidaknya brosur atau iklan yang dipasang.	Interval (skor), Kuesioner dengan skor pada skala Likert jenjang 5
Tingkat frekuensi penayangan iklan di media elektronik.					
Kepercayaan konsumen terhadap promosi dari mulut ke mulut.					
		Tempat (X <sub>4</sub> )	Tempat ( <i>place</i> ) adalah tempat kegiatan agar produk dapat dijangkau dan tersedia bagi konsumen.	Kemudahan tempat untuk dijangkau nasabah.	Interval (skor), Kuesioner dengan skor pada skala Likert jenjang 5
				Kesan terhadap tempat dan penampilan Bank BJB.	

				Tersedianya halaman parkir dan keamanan.	
		Orang (X <sub>5</sub> )	Orang ( <i>People</i> ) adalah semua unsur manusia yang terlibat dalam penyampaian produk dan jasa yang selanjutnya akan mempengaruhi persepsi pembeli.	Kepedulian karyawan dalam memberikan pelayanan. Kerapian karyawan. Keramahan karyawan dalam melayani nasabah.	Interval (skor), Kuesioner dengan skor pada skala Likert jenjang 5
				Kemampuan dan ketrampilan karyawan dalam melayani nasabah.	
		Proses (X <sub>6</sub> )	Proses ( <i>process</i> ) merupakan segala kegiatan transaksi sebelum, dan sesudah melakukan pembelian.	Persyaratan pengajuan kredit mikro sangat mudah dan dapat dipenuhi oleh nasabah. Proses pengajuan sampai realisasi kredit tidak membutuhkan waktu yang lama. Kemudahan dalam pembayaran angsuran kredit.	Interval (skor), Kuesioner dengan skor pada skala Likert jenjang 5
		Bukti Fisik (X <sub>7</sub> )	Bukti Fisik ( <i>physical evidence</i> ) adalah keputusan mengenai tata ruang Bank BJB yang memberikan kenyamanan dan kemudahan bergerak bagi pelanggan.	Tingkat komposisi warna ruangan, penataan interior yang menarik. Tingkat kebersihan dan kenyamanan Bank BJB. Tingkat kebersihan toilet. Suhu ruangan, alunan musik/siaran TV, dan penerangan yang memadai.	Interval (skor), Kuesioner dengan skor pada skala Likert jenjang 5
2	Kepuasan Nasabah (Y1)	Kepuasan pada produk.	Merupakan perasaan nasabah sebagai hasil penilaian terhadap jasa / produk yang diperoleh dari Bank.	Kepuasan nasabah pada produk kredit mikro Bank BJB.	Interval (skor), Kuesioner dengan skor pada skala Likert jenjang 5
		Kepuasan pada kualitas layanan.	Merupakan perasaan nasabah sebagai hasil penilaian terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Bank BJB.	Kepuasan konsumen pada bukti fisik, kelengkapan produk dan perilaku karyawan Bank BJB. Kepuasan konsumen pada keandalan karyawan dalam memberikan pelayanan.	
		Kepuasan pada manfaat produk	Merupakan perasaan pelanggan sebagai hasil penilaian.	Kepuasan konsumen pada manfaat produk. Kepuasan konsumen pada kemudahan dalam mendapatkan produk.	

3.	Loyalitas Nasabah (Y2)	Niat untuk melakukan pembelian ulang	Merupakan niat nasabah untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk/jasa.	Niat nasabah untuk menambah nominal kredit atau top up plafon kredit pada Bank BJB.	Interval (skor), Kuesioner dengan skor pada skala Likert jenjang 5
		Niat untuk mengatakan hal-hal positif tentang perusahaan kepada karyawan lain	Merupakan niat nasabah untuk memberikan informasi yang baik kepada karyawan lain.	Niat untuk mengatakan hal-hal positif tentang perusahaan kepada orang lain.	
		Niat untuk merekomendasikan perusahaan kepada karyawan lain	Merupakan niat nasabah untuk merekomendasikan	Niat merekomendasikan kepada seseorang yang membutuhkan informasi.	
				Niat untuk mengajak keluarga atau teman untuk memilih Bank BJB sebagai penyalur kredit mikro.	
		Niat memberikan informasi personal kepada perusahaan	Merupakan niat memberikan informasi personal kepada Bank BJB.	Niat untuk memberikan umpan balik mengenai produk/jasa baru dan memberitahukan apa saja yang mereka inginkan.	
				Niat pelanggan untuk memberikan informasi personal tentang kinerja produk/jasa.	
				Niat pelanggan untuk memberikan saran-saran untuk perbaikan produk/jasa.	

### 3.7 Skala Pengukuran Variabel

Teknik pengukuran data ordinal yang diperoleh dari kuesioner yang diolah menggunakan skala likert. Pengukuran variabel, dilakukan dengan teknik penskalaan, setelah data primer diperoleh, maka semua jawaban dari kuesioner yang masih bersifat kualitatif harus dikuantitatifkan dengan memberi bobot pada semua jawaban dengan skala Likert 5 butir mulai 1 sampai dengan 5 di kedua ekstremnya untuk menunjukkan tingkat pengaruh dari sangat rendah sampai sangat tinggi. Merangking faktor-faktor dominan dengan menggunakan indeks dan nilai varian. Nilai indeks tinggi memberikan nilai peringkat lebih atas dan

seterusnya. Pemberian nilai dan kategori jawaban pada tiap-tiap pertanyaan dalam kuesioner adalah sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju = skor 5
- b. Setuju = skor 4
- c. Kurang Setuju = skor 3
- d. Tidak Setuju = skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju = skor 1

### 3.8 Teknik Pengujian Instrumen

#### 3.8.1 Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengetahui secara cermat hubungan korelasi antara nilai yang diperoleh pada masing – masing pernyataan dengan nilai total. Menurut Sugiyono (2012:133) uji validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Untuk mengetahui validitas dari butir – butir yang dinyatakan dalam kuesioner, digunakan teknik *statistik korelasi product moment* dari Pearson yang dalam penelitian ini perhitungan menggunakan bantuan program komputer SPSS v 16 *for Windows* versi terbaru Rumus yang digunakan adalah : komputer SPSS v 16 *for Windows*.

Rumus yang digunakan adalah :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2 - (\sum X)^2)\} \{n(\sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

Dimana :

r<sub>xy</sub> = koefisien korelasi.

X = nilai perbutir.

$Y$  = total nilai kuesioner masing-masing responden.

Syarat minimum dianggap valid adalah sebagai berikut :

- a) Menghasilkan  $r$  hitung yang positif.
- b) Ada korelasi yang signifikan antara masing-masing skor item terhadap skor total, dimana  $r \geq 0,05$ .

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Alat uji ini dipakai untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat dipercaya. Alat uji ini juga digunakan untuk menguji konsistensi internal antara variabel atau konsistensi jawaban responden terhadap item pertanyaan yang diberikan kepada responden. Adapun untuk mengujinya digunakan teknik *Alpha Cronbranch* dengan menggunakan program SPSS v 16 *for Windows* versi terbaru.

Rumus yang digunakan adalah

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

Keterangan :

$r$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan

$\sum ab^2$  = jumlah varians butir

$\alpha_t^2$  = varians total

Dalam hal ini apabila nilai koefisien  $\alpha$  0,5 maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut reliabel. Proses pengujian dilakukan sebelum penelitian sebenarnya dilakukan. Butir pernyataan yang tidak valid dan reliabel tidak digunakan dalam penelitian sebenarnya.

## 3.9 Teknik Analisis Data

### 3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menjawab masalah pertama akan menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda, menggunakan alat bantu komputer dengan program *Statistical product and service solution (SPSS)* 16 dengan rumus matematisnya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Nasabah

a = konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>4</sub>, b<sub>5</sub>, b<sub>6</sub>, b<sub>7</sub>, b<sub>8</sub> = nilai koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Produk

X<sub>2</sub> = Harga

X<sub>3</sub> = Promosi

X<sub>4</sub> = Tempat

X<sub>5</sub> = Karyawan

X<sub>6</sub> = Proses

X<sub>7</sub> = Bukti Fisik

e = faktor lainnya (error)

Untuk menjawab masalah kedua akan menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda, menggunakan alat bantu komputer dengan program *Statistical product and service solution (SPSS)* 16 dengan rumus matematisnya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + e$$

Dimana :

Y = Loyalitas Nasabah

a = konstanta

b<sub>1</sub> = nilai koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Kepuasan

e = faktor lainnya (error)

b. Pengujian Uji – t

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara parsial antara faktor produk, harga, tempat, promosi, karyawan, proses dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah kredit mikro pada Bank BJB Cabang Bandar Lampung.

$t_{hitung}$  dapat dicari dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{b}{Se}$$

Dimana :

b = koefisien regresi

Se = nilai standar error

Adapun langkah pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

1) Menentukan hipotesis

a)  $H_0$  : Faktor produk, harga, tempat, promosi, karyawan, proses dan bukti fisik secara parsial dan simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah kredit mikro Bank BJB Cabang Bandar Lampung.

$H_a$  : Faktor produk, harga, tempat, promosi, karyawan, proses dan bukti fisik secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah kredit mikro Bank BJB Cabang Bandar Lampung.

b) Diduga harga berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah kredit mikro pada Bank BJB Cabang Bandar Lampung.

Taraf signifikan menggunakan  $\alpha = 0,05$  dengan df  $(n - k - 1)$

- 2) Membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$ 
  - a) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $t_{hitung} \leq -t_{tabel}$  maka signifikan ( $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima).
  - b) Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  dan  $t_{hitung} > -t_{tabel}$  maka tidak signifikan ( $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak).
- 3) Pengambilan kesimpulan berdasarkan keputusan mengenai penerimaan/penolakan suatu hipotesis.

Kriteria keputusan uji t test dalam penelitian ini adalah :

- a) apabila nilai  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga dapat dikatakan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor produk, harga, tempat, promosi, karyawan, proses dan bukti fisik secara parsial terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah kredit mikro Bank BJB Cabang Bandar Lampung.
- b) Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor produk, harga, tempat, promosi, karyawan, proses dan bukti fisik secara parsial terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah kredit mikro Bank BJB Cabang Bandar Lampung.