

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah variabel *Customer Relationship Management*, atribut produk, kepercayaan, dan loyalitas nasabah UPK-DAPM Kabupaten Tasikmalaya.

Jumlah unit UPK-DAPM yang akan diteliti sebanyak 31 kantor yang tersebar pada setiap Kecamatan di Kabupaten Tasikmalaya, sedangkan alamat kantor asosiasi UPK kabupaten Tasikmalaya beralamat di Jalan Mayor Utara no.1 Kota Tasikmalaya

3.1.1 Sejarah Program Unit Pelaksana Kegiatan (UPK)

Atas dasar Keputusan Presiden No. 190 Tahun 1998 tentang Pembentukan Gugus Tugas Peningkatan Jaring Pengaman Sosial (JPS). dilaksanakan program penanggulangan kemiskinan, antara lain : Proyek Peningkatan Pendapatan Petani dan Nelayan Kecil (P4K), Kelompok Usaha Bersama (KUBE), Tempat Pelayanan Simpan Pinjam Koperasi Unit Desa (TPSP-KUD), Usaha Ekonomi Desa Simpan Pinjam (UEDSP), Pengembangan Kawasan Terpadu (PKT), Inpres Desa Tertinggal (IDT), Pembangunan Prasarana Pendukung Desa Tertinggal (P3DT), Pemberdayaan Daerah Mengatasi Dampak Krisis Ekonomi (PDMDKE), Proyek Pembangunan Masyarakat dan Pemerintah Daerah (P2MPD), Program

Penanggulangan Kemiskinan Perkotaan (P2KP), Program Pengembangan Kecamatan (PPK). Atas dasar Keputusan Presiden No. 190 Tahun 1998 tentang Pembentukan Gugus Tugas Peningkatan Jaring Pengaman Sosial (JPS). Dilaksanakan program penanggulangan kemiskinan, antara lain: Proyek Peningkatan Pendapatan Petani dan Nelayan Kecil (P4K), Kelompok Usaha Bersama (KUBE), Tempat Pelayanan Simpan Pinjam.

Program Pengembangan Kecamatan (PPK) ada dibawah tanggung jawab Kemendagri, yang pelaksanaan teknisnya didelegasikan pada Dirjend PMD. Sedangkan pendekatan yang dilakukan adalah pemberdayaan masyarakat dengan membentuk kelembagaan-kelembagaan/organisasi masyarakat. Salah satu kelembagaan yang dibentuk sebagai pengelola kegiatan di kecamatan adalah Unit Pengelola Kegiatan (UPK); yang dibentuk dari, oleh dan untuk masyarakat dan diharapkan menjadi Partisipatoir Development Agence. Di dalam menjalankan tugas maupun fungsi pengelolaan tersebut , maka UPK di beberapa kabupaten mengorganisasikan diri dalam suatu wadah forum komunikasi/asosiasi kabupaten. Dengan maksud dan tujuan: Meningkatkan akses pengetahuan (*knowledge*) dan menambah keterampilan pengelolaan (*skill*); Membentuk standar sikap sebagai individu-individu pengelola yang profesional dan akuntabel (*attitude*); Penguatan UPK baik yang bersifat kelembagaan maupun individu pengurus UPK; Memupuk rasa nasionalisme serta rasa persaudaraan sesama UPK.

Untuk memperkuat pelaksanaan program/ proyek tersebut maka atas dasar Keppres No. 124 Tahun 2001 junto No. 34 dan No. 8 Tahun 2002 dibentuklah

Komite Penanggulangan Kemiskinan (KPK). Kemudian pada tanggal 10 September 2005 Komite tersebut diganti dengan Perpres No.54 Tahun 2005 tentang Tim Koordinasi Penanggulangan Kemiskinan (TKPK). Untuk melindungi dan mengawasi UPK yang semakin berkembang maka pada tahun 2005 dibentuklah Badan Pengawas UPK dari unsur masyarakat kecamatan yang bersangkutan.

Karena implementasi pola PPK dinilai berhasil maka kemudian pola tersebut diadopsi PNPM, sehingga pada tanggal 30 April 2007 dilakukan Pengukuhan PNPM Mandiri di Palu, Sulawesi Tengah oleh Presiden. Sedangkan PPK dirubah nama menjadi PNPM Mandiri Perdesaan; dengan tetap dibawah tanggung jawab Dirjend PMD, Kemendagri. Pada tanggal 7 September 2009 dibuat Keputusan Bersama Menteri Keuangan, Menteri Dalam Negeri, Menteri Negara koperasi dan Usaha Kecil Menengah, Gubernur Bank Indonesia. Nomor 351.1/KMK.010/2009; Nomor 900-639A Tahun 2009; Nomor 01/SKB/M.UKM/IX/2009; Nomor 11/43A/KEP.GBI/2009 yang mengamanatkan agar UPK ditransformasikan menjadi BPR / Koperasi / BUMDesa.

Seolah mengingatkan, maka pada tanggal 4 November 2009 terbit PERMENKEU No. 168/PMK.07/2009 tentang Pendanaan Urusan Bersama Pusat Dan Daerah Untuk Penanggulangan Kemiskinan dimana dalam Pasal 2 menyebutkan bahwa Pendanaan Urusan Bersama Pusat dan Daerah untuk Penanggulangan Kemiskinan dalam bentuk DUB dan DDUB yang diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan ini hanya untuk Program PNPM Mandiri

Perdesaan dan PNPM Mandiri Perkotaan disalurkan berupa Bantuan Langsung Masyarakat (BLM). Dan dalam Pasal 4 ayat (2): Kelompok Program Penanggulangan Kemiskinan sebagaimana tersebut pada ayat (1) dirinci dalam bentuk kegiatan yang komponen bantuan langsung masyarakatnya adalah belanja bantuan sosial.

Kemudian tanggal 25 Februari 2010 terbit PERPRES No 15 / 2010 tentang Percepatan Penanggulangan Kemiskinan ; dalam Pasal 1 ayat (2) ditegaskan bahwa Program Penanggulangan Kemiskinan adalah kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, dunia usaha, serta masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat miskin melalui bantuan sosial, pemberdayaan masyarakat, pemberdayaan usaha ekonomi mikro dan kecil, serta program lain dalam rangka meningkatkan kegiatan ekonomi. Selain itu Perpres No.15/2010 juga mengganti TKPK menjadi Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan (TNP2K) yang diketuai oleh Wakil Presiden, Ketua I Menkokesra serta anggotanya para menteri , termasuk Mendagri. Keputusan 3 (tiga) menteri dan Gubernur Bank Indonesia serta Peraturan Presiden tersebut ternyata diabaikan oleh PMD Kemendagri dan justru diterbitkan Petunjuk Teknis Operasional (PTO 2010); yang didalamnya berisi tentang penataan kelembagaan / pembentukan “ Badan Kerjasama Antar Desa (BKAD) “dan UPK dijadikan unit kerja BKAD.

Disinilah mulai terjadi “kesesatan yuridis”. Karena UPK merupakan unit pengelola kegiatan program penanggulangan kemiskinan yang berbasis

Kecamatan (Desa+Kelurahan), sedangkan Badan Kerjasama Antar Desa (BKAD) adalah badan yang terbentuk akibat adanya perjanjian 2 atau lebih Desa yang bekerjasama , atas dasar UU No 32/2004, PP No 72/2007 tentang Desa, Permendagri No. 38/2007 tentang Kerjasama Desa. Pada tanggal 1 Juni 2012 terbit PERMENKEU No.81/PMK.05/2012 tentang Belanja Bantuan Sosial Pada Kementerian Negara/Lembaga. Dimana dalam Pasal 4 aya (6)disebutkan bahwa Bantuan sosial yang diberikan oleh pemberi bantuan sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (3) kepada penerima bantuan sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (4) dan ayat (5) tidak untuk dikembalikan kepada pemberi bantuan sosial; atau diambil hasilnya oleh pemberi bantuan sosial.

Karena PNPM akan diakhiri maka pada tanggal 31 Januari 2014 diterbitkan Surat Menkokesra No. B 27 / MENKOKESRA / VI /2014 Perihal Pengelolaan Dana Amanah Pemberdayaan Masyarakat PNPM Mandiri. Yang pokok isinya menyebutkan : bahwa dana PNPM Mandiri (Perkotaan dan Perdesaan) merupakan Dana Amanah Pemberdayaan Masyarakat ; Perlunya bentuk badan hukum untuk : i) Menjamin keberlanjutan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dana pinjaman bagi warga miskin produktif, ii) Melindungi keberadaan DAPM beserta aset yang dikelolanya, iii) Melindungi pengelolanya dari segi hukum, iii) Membuka peluang untuk bekerjasama dengan program pemberdayaan masyarakat lainnya , termasuk akses kepada sumber-sumber pembiayaan. Sedangkan pilihan bentuk badan hukum sesuai Peraturan Per UU adalah : Perkumpulan Berbadan Hukum (PBH) / Koperasi / Perseroan Terbatas (PT).

Namun SE Menkokesra tersebut lagi-lagi tidak ditindaklanjuti; justru pada April 2014 dibuatkan Petunjuk Teknis Operasional, yang didalamnya memuat Penataan Kelembagaan BKAD maupun UPK lagi. Kemudian pada tanggal 13 Juli 2015 dibuat Surat Dir. PPMD No.134/DPPMD/VII/2015 tentang Panduan Pengakhiran Serta Penataan Dan Pengalihan Kepemilikan Aset Hasil Kegiatan PNPM MPd.

3.1.2 UPK Kabupaten Tasikmalaya

UPK adalah singkatan dari Unit Pengelola Kegiatan yang terlahir dari program pengentasan kemiskinan yaitu Program Pengembangan Kecamatan (PPK) pada tahun 1998 – 2006 yang dilanjutkan dengan Program Nasional Mandiri Perdesaan (PNPM-MPd) pada tahun 2007 – 2014, program ini bergerak dalam kegiatan pemberdayaan, memfasilitasi perencanaan pembangunan partisipatif, penyaluran dana pembangunan sesuai dari hasil perencanaan masyarakat baik infrastruktur, peningkatan kapasitas serta penyaluran kredit dana bergulir, setelah 2014 program mengalami masa *phase out* dimana seluruh program dihentikan sesuai dengan kebijakan pemerintah pusat, namun walaupun program dihentikan kegiatan UPK tetap berjalan dikarenakan ada kegiatan yang berkesinambungan yaitu kegiatan Simpan Pinjam atau Dana Bergulir serta kegiatan- kegiatan pemberdayaan yang rutin dilaksanakan. Kegiatan dana bergulir yang merupakan salah satu peninggalan program merupakan kegiatan yang berkesinambungan yang memerlukan perlakuan khusus dalam pengelolaannya dengan tujuan dana ini tetap lestari, adapun modal awal dana bergulir di

kabupaten tasikmalaya yaitu sekitar 72 Milyar yang merupakan total kumulatif selama program, sampai dengan saat ini dana tersebut tetap lestari hingga mengalami kenaikan menjadi sekitar 150 Milyar di kabupaten Tasikmalaya, sedangkan untuk tingkat nasional sekitar 12,8 Triliun dari modal awal sekitar 6 triliun.

Selain pengelolaan dana bergulir, kegiatan yang terus dilaksanakan yaitu pendampingan atau pemberdayaan masyarakat baik untuk peningkatan kapasitas aparatur pemerintahan desa maupun masyarakat secara umum khususnya pendampingan kelompok-kelompok binaan atau UKM serta kegiatan di bidang sosial. Untuk mempererat tali silaturahmi, rasa persatuan pengelola UPK di kabupaten tasikmalaya maka dibentuk asosiasi pengelola UPK, selama adanya program eksistensi keberadaan asosiasi ini mengalami pasang surut, dimana kegiatan asosiasi ini berjalan hanya mengikuti ritme program tanpa adanya terobosan kegiatan yang mengarah pada kemapanan pengelolaan. Namun seiring berjalan waktu yang salah satunya akibat berakhirnya program maka eksistensi asosiasi UPK khususnya di kabupaten tasikmalaya sangat diperlukan dan diharapkan oleh seluruh anggotanya.

Karena kebutuhan tersebut, maka para anggota yang beranggotakan UPK kecamatan di kabupaten tasikmalaya mengadakan pertemuan pada tanggal 15 - 17 maret 2016 bertempat di hotel Green Valley Baturaden Purwokerto ,dan telah terjadi kesepakatan dari peserta rapat dengan salah satu hasilnya yaitu membentuk asosiasi UPK-DAPM kabupaten tasikmalaya, mengesahkan AD-ART

asosiasi, dan membentuk kepengurusan Asosiasi sebagai bentuk resolusi dari pengelolaan asosiasi terdahulu.

3.1.2.1 Tujuan Unit Pelaksana Kegiatan (UPK)

Berdasarkan AD-ART asosiasi, Tujuan dari Asosiasi UPK-DAPM Kabupaten Tasikmalaya yaitu:

- Meningkatkan akses pengetahuan (*knowledge*) dan menambah keterampilan pengelolaan (*skill*);
- Membentuk standar sikap sebagai individu-individu pengelola yang profesional dan akuntabel;
- Penguatan asosiasi UPK-DAPM kabupaten Tasikmalaya baik yang bersifat kelembagaan maupun individu pengelola UPK-DAPM kabupaten Tasikmalaya dan seluruh anggota;
- Memupuk rasa nasionalisme serta rasa persaudaraan pengelola UPK-DAPM se-kabupaten Tasikmalaya dan seluruh Indonesia.

3.1.2.2 Kepengurusan Unit Pelaksana Kegiatan (UPK) Kabupaten Tasikmalaya

Adapun susunan pengurus asosiasi UPK-DAPM Kabupaten Tasikmalaya periode 2016 – 2021 yang telah terpilih oleh forum yaitu :

Pembina : Bupati Tasikmalaya

Dinas Instansi Terkait

Penasehat : Engkus Sumarna, S.IP

R. Budiana

- Pengurus Harian :
- Ketua : Asep Septuna S, ST
 - Sekretaris : Dede Yana Juanda, Amd Par., S.E.
 - Bendahara : Yogi R Prayogo, S.IP
 - Bidang – Bidang
 1. Organisasi dan kelembagaan : Iwan, S.IP
Asep Irfan,S.E
 2. Sosial dan pemberdayaan : Asep Hamdan,S.Ag
Ijang Saeful Alam,
 3. Advokasi Hukum & HAM : Dudung UP
Edmayandi
Heri Apriana
 4. Komunikasi, Media Massa dan Informasi : Hilman
Ahmad Yusuf, S.IP
Dadang Supardi

3.1.2.3 Program Kerja Asosiasi UPK-DAPM Kab. Tasikmalaya

Dalam mensukseskan tujuan organisasi, maka seluruh unsur organisasi harus saling selaras dalam menetapkan program kerja yang akan dilaksanakan, sehingga akan terjadi efektivitas kinerja organisasi dalam satu kesatuan. Berdasarkan tujuan, fungsi dan kegiatan dibentuknya asosiasi UPK-DAPM kabupaten Tasikmalaya maka pengurus asosiasi periode 2016 – 2021 telah merancang program kerja sesuai isu yang diusung yaitu:

1) Bidang organisasi dan kelembagaan

- Pendataan keanggotaan Asosiasi;
- Sosialisasi penyeragaman istilah dalam struktur UPK-DAPM;
- Sosialisasi pembedanhukuman UPK-DAPM;
- Sinkronisasi antar lembaga;
- Melakukan kerjasama dengan pihak lain;
- Pekan olahraga seni dan budaya.

2) Bidang sosial dan pemberdayaan

- Pendataan potensi sumber daya (wilayah, UMKM, pengurus,dll);
- Mendorong terbentuknya unit usaha (koperasi, dll);
- Peningkatan kapasitas pengurus UPK (*Training & Development*);
- Mengadakan program pelatihan khusus (bisnis, dll);
- Mengadakan pameran produk.

3) Bidang advokasi, Hukum dan HAM

- Fasilitasi penyelesaian masalah;
- Fasilitasi pembedanhukuman UPK-DAPM;
- Penguatan AD/ART dan SOP, baik asosiasi maupun UPK-DAPM;
- Melakukan pendataan regulasi.

4) Bidang komunikasi, media massa dan informasi

- Pengelolaan database dalam sistem;
- Pembuatan *website* asosiasi;
- Aktivasi media sosial;
- Kesamaan sistem pelaporan;

- Kerjasama dengan media massa lokal atau nasional.

Untuk mencapai hal tersebut diatas Asosiasi UPK-DAPM telah bekerjasama dengan beberapa lembaga diantaranya :

1. Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi;
2. Inopak institute yang terafiliasi dengan GIZ Jerman;
3. Kantor Hukum Ecep Nurjamal, S.H.,M.H.



Gambar 3.1
Skema Pengembangan UPK-DAPM Kab. Tasikmalaya

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang dapat digunakan dalam rangka mendapatkan data yang bersifat objektif, sah (*valid*), dan akurat (*reliabel*) yang semuanya ditujukan agar dapat menemukan, membuktikan dan mengembangkan ilmu pengetahuan, pada khususnya ilmu manajemen sehingga dapat dijadikan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan untuk memecahkan suatu permasalahan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei, yaitu penelitian dengan teknik pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden dalam berbentuk sample dari sebuah populasi, yaitu nasabah UPK-DAPM Kabupaten Tasikmalaya.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian kausalitas. Desain penelitian kausalitas adalah desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel. Dalam desain ini, umumnya, hubungan sebab-akibat sudah dapat dipredikisi oleh peneliti, sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel independen, dan variabel dependen. Hal ini senada dengan Langkah-langkah penelitian kausalitas menurut Anwar Sanusi (2011: 14) yaitu sebagai berikut:

1. Menetapkan masalah penelitian;
2. Merumuskan tujuan penelitian secara spesifik;

3. Mengkaji teori dan menelaah hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan;
4. Merumuskan hipotesis penelitian;
5. Menentukan ukuran sampel jika populasinya besar, sekaligus memilih metode penarikan sampel yang tepat;
6. Mengklasifikasi dan mendefinisikan (secara konseptual dan operasional) variabel penelitian;
7. Menyusun instrumen penelitian dengan mengacu pada variabel yang sudah didefinisikan sekaligus melakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen;
8. Menentukan metode pengumpulan data;
9. Melakukan pengujian hipotesis; dan
10. Menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis atas uji hipotesis, sekaligus melakukan verifikasi atas teori yang melatarbelakangi penelitian dimaksud.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian ini terdiri dari 4 (empat) variabel, yaitu variabel *customer relationship management*, atribut produk, kepercayaan dan loyalitas. Variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 (dua), yakni:

1. Variabel Independen/ Bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *customer relationship management*, atribut produk, dan kepercayaan;

2. Variabel Dependen/ Terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel dependen adalah variabel loyalitas.

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan maka perlu dipahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian. Secara lebih rinci, operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	No Item	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<i>Customer Relationship Management</i> (X ₁)	Suatu proses mendapatkan, mempertahankan, dan berteman dengan pelanggan selektif untuk menciptakan nilai yang superior bagi perusahaan dan pelanggan.	<i>Continuity Marketing</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan informasi mengenai produk pinjaman baru; • Memberikan peringatan jatuh tempo bayar angsuran; 	1,2	Ordinal
		<i>One to One Marketing</i>	<ul style="list-style-type: none"> • kemampuan menyelesaikan masalah; • kesigapan, kesopanan, keramahan dalam melayani nasabah; • memberikan <i>reward</i> kepada nasabah yang membayar tepat waktu; 	3,4,5	
		<i>Partnering Program</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pendampingan nasabah dalam mengalokasikan dana pinjaman; • memonitor penggunaan dan melakukan sosialisasi untuk pemanfaatan dana yang digunakan untuk modal usaha masyarakat 	6,7	

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Atribut Produk (X₂)	Suatu bentuk komponen, sifat, dan rancangan serta unsur-unsur lainnya yang di pandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian produk	<i>Attributes related to the product</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Memperoleh manfaat yang banyak setelah meminjam ke UPK; • Memberikan bunga yang relatif rendah 	8,9	Ordinal
		<i>Attributes related to service</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Memperoleh jaminan ketika terjadi hal yang tidak diinginkan; • Penanganan keluhan nasabah; 	10,11	
		<i>Attributes related to purchase</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ramah dalam melayani; • Komunikasi yang baik • Memiliki reputasi yang baik 	12,13,14	
Kepercayaan (X₃)	Persepsi akan keterhandalan dari sudut pandang konsumen yang didasarkan pada pengalaman atau lebih pada urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan	<i>Brand reliability</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk dapat memenuhi kebutuhan; • Dapat memberikan kepuasan 	15,16	Ordinal
		<i>Brand intention</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk dapat membantu mengatasi masalah 	17	
Loyalitas (Y)	komitmen yang dipegang kuat untuk membeli lagi atau berlangganan lagi bagi produk tertentu di masa depan dan dengan sukarela merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada konsumen lain	<i>repeat purchase</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Setia terhadap produk; • Menggunakan kembali produk tersebut 	18,19	Ordinal
		<i>Retention</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak terpengaruh dengan produk lain; 	20	
		<i>Referalls</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mereferensikan kepada orang lain; 	21	

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

3.2.3.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah:

1. Data Kualitatif

Data kualitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk informasi, baik secara lisan maupun tulisan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3.2.3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Marzuki, 2005: 36). Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden berupa data ordinal dari hasil kuesioner yang disebarkan. Kuesioner berisi daftar pertanyaan yang terstruktur dan materinya berhubungan dengan variabel yang digunakan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti (Marzuki, 2005: 36). Data tersebut

diperoleh dan diolah dari pihak terkait baik dari pihak eksternal maupun internal.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam upaya memperoleh data yang dibutuhkan, maka metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan (*library research*), merupakan upaya dalam memperoleh informasi dan data melalui pustaka-pustaka yang terdiri dari buku literatur, jurnal ilmiah, artikel ilmiah dan sumber-sumber pustaka yang lain.

2. Studi lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara langsung ke perusahaan/ instansi, untuk mendapatkan data primer melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan mengenai pengaruh *Customer Relationship Management (CRM)*, atribut produk, dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah UPK Kabupaten Tasikmalaya. Responden diminta menanggapi pertanyaan yang diberikan dengan cara menjawab daftar pertanyaan tentang permasalahan yang sedang diteliti.

Jenis kuesioner yang akan digunakan adalah kuesioner tertutup dimana responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan memilih jawaban yang telah disediakan dengan Skala *Likert* yang berisi lima tingkatan pilihan jawaban

mengenai kesetujuan responden terhadap pernyataan yang dikemukakan. Menurut Kinneer (1998) dalam Husein Umar (2005: 137), skala Likert berhubungan dengan pernyataan tentang sikap/ persepsi seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, dan baik-tidak baik. Dalam pengukuran aspek pengaruh *customer relationship management*, atribut produk, kepercayaan dan loyalitas digunakan Skala Tingkat (*Likert*) dengan keterangan sebagai berikut:

- 1) Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju;
- 2) Skor 4 untuk jawaban Setuju;
- 3) Skor 3 untuk jawaban Kurang Setuju;
- 4) Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju;
- 5) Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju.

3.2.5 Populasi dan Sampel

3.2.5.1 Populasi

Populasi merupakan gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa untuk kepentingan riset serta sekumpulan unsur atau elemen yang menjadi obyek penelitian, dapat berupa lembaga, individu, kelompok, dokumen, atau konsep. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah UPK-DAPM Kabupaten Tasikmalaya yang berjumlah 54.835 Orang.

3.2.5.2 Sampel

Dalam menentukan sampel, terdapat cara/ tekniknya sehingga memudahkan peneliti dalam memperoleh data. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*, yaitu *Simple Random*

Sampling.

Teknik *Simple Random Sampling* merupakan teknik sampling yang sederhana, karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri, dan cara ini dilakukan apabila anggota populasi dianggap homogen. Sedangkan metode penarikan sampel yang digunakan mengacu pada pendekatan *Slovin*, pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = batas kesalahan yang ditoleransi (1%, 5% dan 10%)

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat dihitung sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{54.835}{1 + 54.835(0,05)^2}$$

$$n = \frac{54.835}{1 + 54.835(0,0025)}$$

$$n = \frac{54.835}{138,0875}$$

$n = 397$ dibulatkan menjadi 400 responden.

Sehingga, berdasarkan perhitungan dengan menggunakan teknik perhitungan *Slovin*, jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 397 responden. Dari jumlah tersebut dirata-ratakan sesuai jumlah kecamatan di Kabupaten Tasikmalaya dan diperoleh sampel dari tiap-tiap kecamatan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Nasabah UPK Kabupaten Tasikmalaya

No	UPK Kecamatan	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel
1	Pancatengah	2.600 Orang	18 Orang
2	Sodonghilir	936 Orang	6 Orang
3	Jatiwaras	2.167 Orang	15 Orang
4	Manonjaya	2.349 Orang	16 Orang
5	Cibalong	1.525 Orang	10 Orang
6	Karangnunggal	339 Orang	2 Orang
7	Puspahiang	1.712 Orang	12 Orang
8	Salawu	1.862 Orang	13 Orang
9	Parungponteng	1.988 Orang	13 Orang
10	Culamega	1.304 Orang	9 Orang
11	Tanjungjaya	2.145 Orang	15 Orang
12	Cigalontang	4.170 Orang	28 Orang
13	Cisayong	2.762 Orang	19 Orang
14	Cikatomas	1.736 Orang	12 Orang
15	Sukahening	1.353 Orang	9 Orang
16	Cikalong	5.636 Orang	38 Orang
17	Sukaratu	1.595 Orang	11 Orang
18	Pageurageung	3.076 Orang	21 Orang
19	Bojongasih	625 Orang	4 Orang
20	Gunungtanjung	1.784 Orang	12 Orang
21	Bojonggambir	2.750 Orang	19 Orang

No	UPK Kecamatan	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel
22	Bantarkalong	684 Orang	5 Orang
23	Sariwangi	1.145 Orang	8 Orang
24	Padakembang	2.110 Orang	14 Orang
25	Sukaresik	1.100 Orang	7 Orang
26	Cipatujah	2.450 Orang	17 Orang
27	Kadipaten	2.602 Orang	18 Orang
28	Taraju	435 Orang	3 Orang
29	Cineam	1.350 Orang	9 Orang
30	Karangjaya	1.135 Orang	8 Orang
31	Salopa	1.695 Orang	11 Orang
Total		54.835 Orang	400 Orang

Sumber: UPK Kabupaten Tasikmalaya (diolah)

3.2.6 Analisis Data Penelitian

3.2.6.1 Uji Instrumen

Dalam penelitian ilmiah, khususnya berkaitan dengan alat ukur, reliabilitas dan validitas menjadi hal yang mutlak. Terutama dalam penelitian kuantitatif, konsep validitas dan reliabilitas merupakan syarat utama yang menentukan syarat penelitian. Sebaik apapun hasil yang diperoleh, tetapi jika validitas dan reliabilitasnya rendah, hasil tersebut seakan tiada harganya dan masih menyimpan banyak keraguan. Konsep reliabilitas dan validitas dalam ranah penelitian kuantitatif sudah sangat tegas dan jelas, serta sudah terdapat standar yang dibakukan karena reliabilitas dan validitas dalam penelitian kuantitatif diwakili dengan angka atau skor yang dimaknai sama dengan semua orang.

Dalam hal ini Sugiyono (2012: 172) menyatakan bahwa dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

Kuisisioner merupakan alat/ instrumen penelitian, dalam rangka memenuhi kaidah ilmiah, maka perlu diadakan pengujian terlebih dahulu terhadapnya melalui uji keabsahan (validitas) dan uji keakuratan (reliabilitas). Melalui pengujian tersebut diharapkan hasil penelitian yang dihasilkan dapat sesuai dengan kaidah ilmiah dan teruji keabsahan dan keakuratannya.

1) Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah (*valid*) atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji Validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item – total correlation*) dengan nilai r tabel. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Imam Ghozali, 2005: 45).

Misalnya dalam mengukur loyalitas konsumen suatu produk di mata konsumen diukur dalam tiga pertanyaan berupa satu pertanyaan tiap indikator. Untuk mengukur variabel loyalitas konsumen, jawaban responden dikatakan valid apabila item-item dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam kuesioner tersebut. Dalam uji validitas dapat digunakan SPSS

(*Statistical Product and Service Solutions*) dan dapat pula digunakan rumus teknik korelasi *Product Moment* (Husein Umar, 2003):

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

Keterangan:

r = koefisien korelasi *product moment*

n = jumlah observasi/responden

X = skor pertanyaan

Y = skor total

Selanjutnya menggunakan derajat kebebasan (n-2) dan $\alpha = 0,05$ maka:

- ✓ Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka kuisioner dinyatakan valid;
- ✓ Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuisioner dinyatakan tidak valid

Selain itu, uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur, yaitu dengan menggunakan *Coefficient Correlation Pearson* dalam SPSS. Jika nilai signifikansi (*P Value*) $> 0,05$, maka tidak terjadi hubungan yang signifikan. Sedangkan, apabila nilai signifikansi (*P Value*) $< 0,05$, maka terjadi hubungan yang signifikan. Adapun dalam penelitian ini, penulis menggunakan alat bantu perhitungan statistik yaitu SPSS versi 17.0.

Menurut Sugiyono (2012: 172) bahwa hasil suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Senada dengan itu, Anwar Sanusi

(2011: 76) menyatakan bahwa suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Secara implisit, reliabilitas mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurnya (Anwar Sanusi, 2011: 81).

Uji Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur realibilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2005: 41-42).

Perhitungan reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan yang sudah valid. Setelah itu, nilai koefisien korelasi *product moment* (r) dimasukkan ke dalam rumus untuk menguji reliabilitasnya menggunakan rumus *Spearan Brown*.

Rumus *Spearan Brown*:

$$r_{xy} = \frac{2r}{1+r}$$

Keterangan:

- ✓ r hitung > r tabel, maka kuesioner dinyatakan *reliable*;
- ✓ r hitung < r tabel, maka kuesioner dinyatakan tidak *reliable*.

3.2.6.2. Nilai Jenjang Interval

Menghitung nilai jenjang interval yaitu melakukan pengukuran persentase dan skoring, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

X = jumlah presentase jawaban

F = jumlah jawaban frekuensi

N = jumlah responden

Selanjutnya untuk mengetahui nilai/ skor dari setiap variabel penelitian, penulis menggunakan rumus Nilai Jenjang Interval (NJI) dengan formulasi sebagai berikut:

$$NJl = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Keterangan:

NJI : Nilai jenjang interval

Nilai tertinggi : skor tertinggi x jumlah responden x jumlah pertanyaan

Nilai terendah : skor terendah x jumlah responden x jumlah pertanyaan

3.2.6.3 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

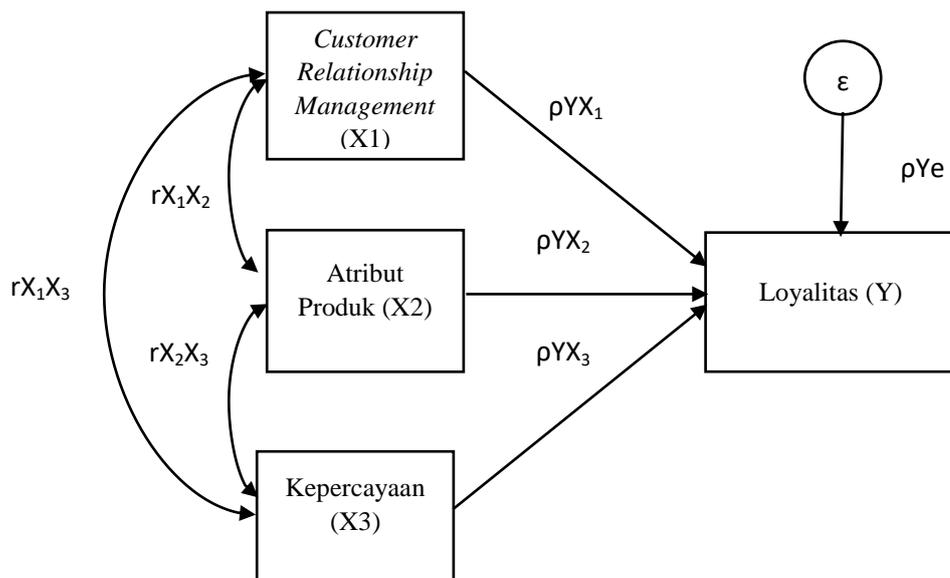
Teknis analisis jalur dikembangkan oleh Sewal Wright pada tahun 1934. Analisis jalur (*path analysis*) ialah suatu teknik untuk menganalisis suatu hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel independennya mempengaruhi variabel dependen tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung. Analisis jalur merupakan perluasan atau kepanjangan dari analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menaksir hubungan kausalitas (hubungan sebab-akibat) antara variabel yang telah ditetapkan sebelumnya, serta menguji besarnya sumbangan atau kontribusi masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen. Berbeda dari regresi berganda, melalui analisa jalur dapat diketahui besarnya kontribusi yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur.

Analisis jalur (*path analysis*) merupakan alat analisis yang digunakan untuk meneliti kaitan atau hubungan diantara variabel penelitian. Metode analisis data ini juga digunakan untuk menjelaskan pasangan data dari variabel independen dan variabel dependen dari semua sampel penelitian untuk pengujian hipotesis dan untuk mengetahui besarnya pengaruh suatu variabel lainnya (pengaruh variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y , maupun besarnya pengaruh antar variabel bebas (X_1 , X_2 dan X_3). Maka selanjutnya setiap variabel bebas diukur pengaruhnya terhadap variabel terikat tersebut untuk mendapatkan gambaran mengenai perbandingan pengaruh yang paling signifikan.

Selanjutnya variabel yang akan dianalisis pada penelitian ini yaitu:

1. Variabel bebas yang terdiri dari:
 - *Customer relationship management* (X_1);
 - Atribut Produk (X_2); dan
 - Kepercayaan (X_3).
2. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas (Y).

Selanjutnya gambaran model korelasi dalam analisis jalur tersaji pada gambar berikut:



Gambar 3.2
Path Diagram

Keterangan:

1. Variabel X (*independent*), adalah variabel penyebab yang terdiri dari tiga variabel bebas yaitu CRM, atribut produk dan kepercayaan;

2. Variable Y (*dependent*), adalah variabel terikat atau disebut juga sebagai *dependen variabel* yang dalam penelitian ini adalah loyalitas.
3. Variabel residu (ε), yaitu:
 - ✓ Variabel lain diluar dimensi variabel CRM, atribut produk dan kepercayaan yang dimungkinkan memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah telah teridentifikasi oleh teori tetapi tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini;
 - ✓ Variabel lain diluar variabel CRM, atribut produk dan kepercayaan yang dimungkinkan memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah dan belum teridentifikasi oleh teori;
 - ✓ Kekeliruan pengukuran;
 - ✓ Komponen yang sifatnya tak menentu.
4. $r_{X_1X_2}$, $r_{X_2X_3}$, $r_{X_1X_3}$ menunjukkan hubungan keeratan/ korelasi antara variabel bebas (*independen variable*) tersebut.
5. ρ_{YX_1} , ρ_{YX_2} , ρ_{YX_3} , menggambarkan besarnya pengaruh langsung variabel X terhadap Y .

Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh manakah yang paling besar diantara variabel eksogen terhadap variabel endogen maka perlu dilakukan uji beda pada kedua koefisien jalur tersebut (Anwar Sanusi, 2011: 160). Besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung dapat ditentukan dengan menggunakan formulasi sebagai berikut:

Tabel 3.3
Formula Untuk Mencari Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung
Antar Variabel Penelitian

Pengaruh CRM terhadap Loyalitas		
Pengaruh langsung	$(\rho_{yx_1})^2$	A
Pengaruh tidak langsung melalui X2	$(\rho_{yx_1}) * (r_{x_1x_2}) * (\rho_{yx_2})$	B
Pengaruh tidak langsung melalui X3	$(\rho_{yx_1}) * (r_{x_1x_3}) * (\rho_{yx_3})$	C
Total nilai pengaruh CRM terhadap Loyalitas (A+B+C)		D
Pengaruh Atribut Produk terhadap Loyalitas		
Pengaruh langsung	$(\rho_{yx_2})^2$	E
Pengaruh tidak langsung melalui X1	$(\rho_{yx_2}) * (r_{x_2x_1}) * (\rho_{yx_1})$	F
Pengaruh tidak langsung melalui X3	$(\rho_{yx_2}) * (r_{x_2x_3}) * (\rho_{yx_3})$	G
Total nilai pengaruh Atribut Produk terhadap Nilai Pelanggan (E+F+G)		H
Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas		
Pengaruh langsung	$(\rho_{yx_3})^2$	I
Pengaruh tidak langsung melalui X1	$(\rho_{yx_3}) * (r_{x_1x_3}) * (\rho_{yx_1})$	J
Pengaruh tidak langsung melalui X2	$(\rho_{yx_3}) * (r_{x_2x_3}) * (\rho_{yx_2})$	K
Total nilai pengaruh Kepercayaan terhadap Nilai Pelanggan (I+J+K)		L
Total pengaruh CRM, Atribut produk dan Kepercayaan terhadap Loyalitas		D+H+L

Keterangan:

ρ_{yx_1} = Pengaruh jalur (β) variabel X_1 terhadap Y

ρ_{yx_2} = Pengaruh jalur (β) variabel X_2 terhadap Y

ρ_{yx_3} = Pengaruh jalur (β) variabel X_3 terhadap Y

$r_{x_1,2,3}$ = Korelasi antar variabel independen

3.2.6.4 Pengujian Hipotesis

Penetapan hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Hipotesis Parsial

H1: $H_0 \rightarrow \rho_{yx_1} = 0$: *Customer relationship management* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah UPK-

- DAPM Kabupaten Tasikmalaya;
- $H_a \rightarrow \rho_{yx_1} \neq 0$: *Customer relationship management* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah UPK-DAPM Kabupaten Tasikmalaya;
- H2: $H_0 \rightarrow \rho_{yx_2} = 0$: Atribut produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah UPK-DAPM Kabupaten Tasikmalaya;
- $H_a \rightarrow \rho_{yx_2} \neq 0$: Atribut produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah UPK-DAPM Kabupaten Tasikmalaya;
- H3: $H_0 \rightarrow \rho_{yx_3} = 0$: Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah UPK-DAPM Kabupaten Tasikmalaya;
- $H_a \rightarrow \rho_{yx_3} \neq 0$: Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah UPK-DAPM Kabupaten Tasikmalaya;

2) Hipotesis Simultan

- H4: $H_0 \rightarrow \rho_{yx_1, x_2, x_3} = 0$: *Customer relationship management*, atribut produk dan kepercayaan secara simultan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah UPK-DAPM Kabupaten Tasikmalaya;
- $H_a \rightarrow \rho_{yx_1, x_2, x_3} \neq 0$: *Customer relationship management*, atribut produk dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah UPK-DAPM Kabupaten Tasikmalaya.

3) Penetapan Tingkat Signifikansi

Taraf signifikansi (α) ditetapkan sebesar 5%, ini berarti kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95%, atau toleransi kemelesetan 5%. Taraf signifikansi ini adalah tingkat yang umum

digunakan dalam penelitian sosial karena dianggap cukup ketat untuk mewakili hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Untuk menguji signifikansi dilakukan dua pengujian yaitu :

- a) Secara parsial menggunakan uji-t
- b) Secara simultan menggunakan uji-F

Kaidah keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

a) Pengujian Secara Parsial

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0,05$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesisnya sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada didaerah penolakan, berarti H_a diterima artinya diantara variabel independen dan variabel dependen ada hubungannya
- Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada didaerah penerimaan, berarti H_a ditolak artinya diantara variabel independen dan variabel dependen tidak ada hubungannya

b) Pengujian Secara Simultan

Untuk melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan angka F, maka ketentuannya sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, berarti H_a diterima
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, berarti H_a ditolak