

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Dengan subjek penelitian nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk, yang menggunakan layanan/jasa di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk, Cijerah Bandung.

3.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

3.1.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT. Bank Syariah Indonesia Tbk yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil akhir 1442 H. Bank Syariah Indonesia merupakan hasil merger antara PT. Bank BRI syariah Tbk, PT. Bank Syariah Mandiri dan PT. Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan secara resmi menerbitkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021.

Komposisi pemegang saham Bank Syariah Indonesia: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25% dan sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%.

Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta

memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, BSI didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

BSI merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan BSI juga menjadi cermin wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).

Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang.

Dalam konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting. Bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal, tetapi juga sebuah ikhtiar mewujudkan harapan Negeri.

3.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

- **Visi**

“Top 10 Global Islamic Bank”

- **Misi**

1. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
3. Menjadi Perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik indonesia

3.1.1.3 Budaya Perusahaan

Bank Syariah Indonesia menjadikan “AKHLAK” sebagai nilai perusahaan sebagai dasar pembentukan karakter SDM, diantaranya:

1. Amanah
Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
- 3 Kompeten
Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
- 4 Harmonis
Saling peduli dan menghargai perbedaan.
- 5 Loyal
Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara.
- 6 Adaptif
Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
- 7 Kolaboratif
Membangun kerjasama yang sinergis.

3.1.1.4 Logo dan Makna

Logo Bank Syariah Indonesia diumumkan pada saat peresmian Bank Syariah Indonesia yang disampaikan langsung oleh Direktur Utama PT. Bank Syariah Indonesia yaitu Bapak Hery Gunardi. Di dalam logo Bank Syariah Indonesia memiliki arti dan makna, terdapat filosofi pada logo Bank Syariah Indonesia seperti bintang berwarna kuning yang melambangkan 5 sila Pancasila dan 5 rukun Islam.

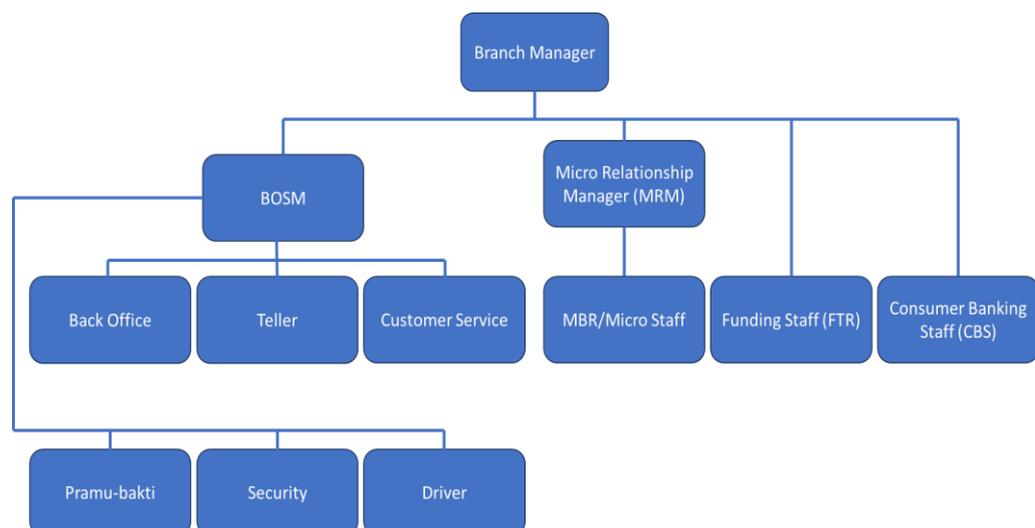


Gambar 3.1

Logo PT. Bank Syariah Indonesia Tbk

Sumber: *Website* Bank Syariah Indonesia

3.1.1.5 Struktur Organisasi



Gambar 3.2

Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia Tbk, KCP Bandung Cijerah

Sumber: PT. Bank Syariah Indonesia Tbk, KCP Bandung Cijerah

Susunan Kepegawaian

<i>Branch Manager (BM)</i>	: Tresna Setiawan
<i>Micro Relationship Manager (MRM)</i>	: Mulyana Qadarullah
<i>Micro staff (MBR)</i>	: Firman Isak
<i>Back Office Service Manager (BOSM)</i>	: Eko Maulana
<i>Back Office</i>	: Muhammad Dira Setya
<i>Customer Service Representative (CSR)</i>	: Yogi Zanualdy Ramadhan
<i>Teller</i>	: Kintan Syahlatul Fatimah
<i>Consumer Banking Staff (CBS)</i>	: Adimas Riyadi
<i>Funding Staff (FTR)</i>	: Gina Tania
<i>Security 1</i>	: Eko Efendi
<i>Security 2</i>	: Wawan Darmawan
<i>Driver</i>	: Roni Murdani
<i>Pramubakti</i>	: Ii Sumirat

3.1.1.6 Job Description

1. *Branch Manager (BM)*

Tugas *Branch Manager* adalah:

- a. Pemutus pembiayaan,
- b. Membuat strategi bisnis cabang,
- c. Mengelola resiko bisnis dan operasional,
- d. Menjalinkan hubungan dengan nasabah,

- e. Memastikan peningkatan bisnis cabang,
- f. Penanggung jawab keseluruhan cabang,
- g. Pembuat keputusan dan kebijakan.

2. *Branch Office Service Manager (BOSM)*

- a. Bertanggung jawab atas pengelolaan bisnis dan operasional cabang,
- b. Meningkatkan pencapaian target cabang dengan membuat kebijakan,
- c. Mengelola resiko bisnis dan operasional,
- d. Memastikan *flow operasional* berjalan lancar,
- e. Bertanggung jawab sebagai *checker*,
- f. Memastikan tim dibawah kelolanya menjalankan tugas sesuai prosedur.

3. *Micro Relation Manager (MRM)*

- a. Meningkatkan bisnis *Landing/Pelayanan*,
- b. Menjalin hubungan/*engagement* yang baik dengan nasabah,
- c. Meningkatkan kolektivitas debitur,
- d. Meningkatkan produk *Holding Ratio*.

4. *Back Office*

- a. Support kebutuhan operasional kantor
- b. *Management asset*
- c. Pemeliharaan aset kantor
- d. Perizinan dan asuransi aset kantor

- e. *Support Human Resources*
- f. *Finance staff*
- g. Pencairan pembiayaan
- h. Penjamin dan asuransi pembiayaan
- i. Pemberkasan.

5. *Teller*

- a. Melayani kebutuhan transaksional nasabah,
- b. Memastikan kas *balance* dari awal hingga akhir,
- c. *Ultimate service*,
- d. *Cross Seling*,
- e. Transaksi valuta asing dan OTR.

6. *Customer Service Representative (CSR)*

- a. Melayani kebutuhan perbankan nasabah,
- b. *Ultimate service*
- c. *Cross selling*
- d. Pemberkasan pembukaan rekening dan penutupan rekening
- e. *Financial advisor for customer*.

7. *Micro Staff (MBR)*

- a. Meningkatkan bismis *Landing/* pembiayaan,
- b. Engagment nasabah kelolaan/debitur,
- c. Memastikan kolektivitas debitur,
- d. Menggali kebutuhan pembiayaan nasabah,
- e. Meningkatkan produk *Holding Ratio*,

- f. Memastikan debitur sesuai kriteria/ peraturan bank

8. *Funding Banking Staff (FBS)*

- a. *Engagment* nasabah
- b. Menghimpun dana
- c. Penawaran produk *funding*
- d. Menjaga CASA
- e. Membuat kebutuhan dan memenuhi kebutuhan nasabah *funding*
- f. Ekspansi nasabah

9. *Consumer Staff*

- a. *Engagment* nasabah
- b. Ekspansi nasabah
- c. Kolektabilitas
- d. Menciptakan kebutuhan nasabah

3.1.1.7 Jaringan Usaha Kegiatan dan Kinerja Usaha Terkini

1. Jaringan usaha

- Bank Syariah Indonesia Kantor Pusat Gedung the Tower, Jl. Gatot Subroto No.27 Jakarta Selatan, Karet Semanggi, Kecamatan Setiabudi, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 12930.
- Bank Syariah Indonesia KC Asia Afrika, Jl. Asia Afrika No.174, Paledang, kec. Lengkong, Kota Bandung, 40261.
- Bank Syariah Indonesia KCP Bandung Cijerah, Jl. Melong Asih No.66, Cijerah, Bandung Kulon, Kota Bandung, Jawa Barat, 40213.

2. Kinerja usaha terkini

- Juara 2 *The Best Referral Consumer Unit Micro Area* Bandung Kota Tahun 2022.
- Juara 1 *The Best Micro Relationship Manager Team Leader* (MRMTL) Area Bandung Kota Bulan Juni 2023.
- Piagam Penghargaan *Micro Relationship Manager Team Leader* (MRMTL) KCP Cijerah area Bandung Kota, RO Bandung selama bulan Januari sd. April 2023 di Area Bandung Kota.
- Piagam Penghargaan *Micro Relationship Manager Team Leader* (MRMTL) KCP Cijerah area Bandung Kota, RO Bandung selama periode akumulasi sampai dengan September 2023 di Area Bandung Kota.
- Juara 1 perbaikan kolektifitas 2 terbaik segmen mikro triwulan ke 1 sebesar Rp. 243 Juta.
- Juara 2 Pemenang pencapain target posisi September dan *Capacity Plan* program apresiasi pembiayaan consumer bulan September 2023 kategori *Consumer Business Representative*.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian diartikan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk mencapai suatu tujuan ilmiah tidak terlepas dari penggunaan metode (Sugiyono, 2019:2).

Metode ilmiah, atau dikenal juga sebagai metode penelitian, merupakan serangkaian prosedur atau langkah-langkah sistematis yang digunakan untuk memperoleh pengetahuan. Langkah-langkah sistematis ini mencakup:

1. Mengidentifikasi dan merumuskan masalah
2. Menyusun kerangka pemikiran
3. Merumuskan hipotesis

4. Menguji hipotesis
5. Menarik kesimpulan

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode *survey eksplanatory*, dimana penelitian ini meneliti sebuah populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif memperhatikan pada pengumpulan dan analisis data dalam bentuk numerik dan bersifat obyektif. Variabel-variabel penelitian kuantitatif dapat diidentifikasi dan interkorelasi variabel dapat diukur (Abdullah et al., 2021).

Menurut Sugiyono (2017:6), penelitian *explanatory* bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang posisi variabel-variabel yang sedang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Alasan utama penggunaan metode penelitian *explanatory* oleh peneliti adalah untuk menguji hipotesis yang diajukan. Dengan demikian, diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat menjelaskan keterkaitan dan dampak antara variabel independen dan variabel dependen yang termasuk dalam hipotesis (Lestari, 2020).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel adalah definisi variabel yang diungkapkan secara praktik, nyata, dan operasional dalam lingkup objek penelitian. Berikut adalah konsep operasionalisasi variabel penelitiannya:

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X) Tjiptono (2018)	<i>Tangible</i> (Berwujud)	1) Kelengkapan Fasilitas Pelayanan	Ordinal
		2) Tampilan Fisik Perusahaan	
	<i>Emphaty</i> (Empati)	1) Keramahan Karyawan/ti	Ordinal
		2) Perhatian Terhadap Pelanggan	
	<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	1) Kecepatan Pelayanan	Ordinal
		2) Tingkat Daya Tanggap Karyawan/ti	
	<i>Reliability</i> (Keandalan)	1) Ketepatan Pelayanan	Ordinal
		2) Kesesuaian Pelaksanaan Pelayanan	
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	1) Jaminan	Ordinal
		2) Kepercayaan Pelanggan	
Kepuasan Nasabah (Y) Irawan (2010)	<i>Sastifaction Toward Quality</i>	1) Puas dengan Kualitas Pelayanan yang diberikan	Ordinal
		2) Ketidakpuasan dengan Layanan yang diberikan	Ordinal
	<i>Sastifaction Toward Value</i>	3) Sesuai dengan Harapan	Ordinal
	<i>Perceived Best</i>	4) Enggan untuk Berpindah ke perusahaan lain	Ordinal
		5) Penggunaan Berkelanjutan	Ordinal
		6) Ketersediaan merekomendasikan kepada Orang Lain	Ordinal

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan dan studi lapangan. Adapun alat yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu kuesioner atau angket yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Metode ini dilakukan dengan menyebarkan pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kepada responden, yaitu nasabah PT.

Bank Syariah Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Cijerah Bandung. Untuk menghitung kuesioner menggunakan skala ordinal:

- a. Sangat Setuju (SS) = 5
- b. Setuju (S) = 4
- c. Cukup Setuju (CS) = 3
- d. Tidak Setuju (TS) = 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Skala ordinal digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, atau persepsi responden tentang fenomena tertentu. Dengan menggunakan skala ordinal, variabel yang akan diukur diuraikan menjadi indikator-indikator variabel. Kemudian, indikator tersebut digunakan sebagai dasar untuk merumuskan item-item, yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

3.2.3.1.1 Jenis Data

Pada penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, dimana dapat diartikan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Penggunaan data kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan instrumen berupa survei dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden, yaitu nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Cijerah Bandung.

3.2.3.1.2 Sumber Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung melalui kuesioner yang disebar pada lokasi yang diteliti dan data berupa hasil dari jawaban responden terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Cijerah Bandung. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui instansi-instansi yang terkait dengan penelitian baik dalam bentuk kualitatif maupun kuantitatif (Sawo et al., 2021). Data ini dimanfaatkan untuk memberikan dukungan pada informasi primer yang telah diperoleh, seperti dari bahan pustaka, literatur, penelitian sebelumnya, buku, dan sumber lainnya .

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Populasi merupakan keseluruhan elemen yang hendak diduga karakteristiknya bukan hanya sekedar ukuran subjek atau elemen yang diteliti, tetapi termasuk karakteristik, sifat dan subjek atau elemen tersebut (Suliyanto, 2018:177). Populasi yang akan diteliti oleh penulis adalah nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Cijerah Bandung dengan jumlah populasi sebanyak 8.462 nasabah (Sumber: Data Bank)

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam pengambilan sampel peneliti harus memikirkan berapa ukuran sampel yang harus diambil dan bagaimana Teknik pengambilan sampel tersebut. Menurut Sugiyono (2018:121), Teknik sampling adalah Teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam

penelitian terdapat berbagai Teknik sampling yang digunakan. Dalam penelitian ini Teknik yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*, karena pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa harus memperhatikan karakteristik tertentu. Menurut Slovin dalam buku (Sugiyono, 2018), untuk menentukan besarnya sampel bila populasi dalam penelitian diketahui, sampel dicari dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah Populasi

e = tingkat kesalahan sampel/sampling error, biasanya 1%, 5%, dan 10%

Diketahui bahwa total nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Bandung Cijerah per tahun 2024 sejumlah 8.462 nasabah, maka jumlah sampel yang akan digunakan adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{8.462}{1 + 8.462(0,1)^2}$$

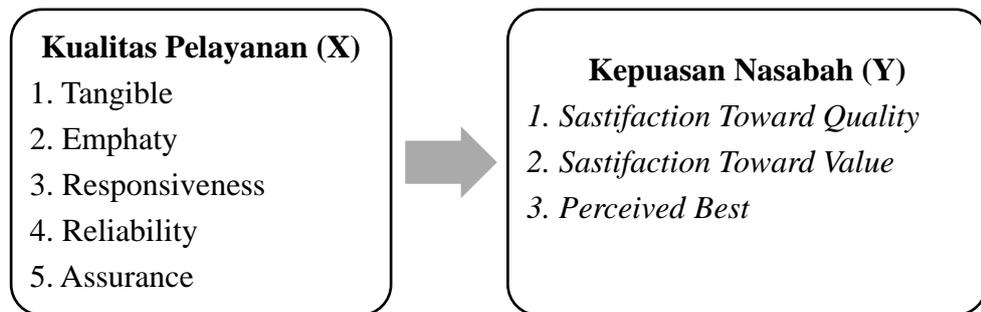
$$n = \frac{8.462}{85,62} = 98,83$$

Berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 98,83 = 99 orang.

Sehingga pada penelitian ini mengambil data dari sampel sejumlah 100 orang.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:



Gambar 3.1

Model Penelitian

3.2.5 Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

Teknis analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana, namun sebelumnya penulis akan melakukan uji validitas dan uji reabilitas untuk keseluruhan indikator tiap variabel.

A. Uji Validitas

Validitas suatu penelitian berkaitan dengan sejauh mana seorang peneliti mengukur apa yang seharusnya diukur. Secara khusus, validitas penelitian kuantitatif berakar pada pandangan empirisme yang menekankan pada bukti, objektivitas, kebenaran, deduksi, nalar, fakta dan data numerik (Budiastuti & Bandur, 2018). Cara menguji validitas, yaitu:

- 1) Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur,
- 2) Melakukan uji coba skala pengukuran tersebut pada sejumlah responden,
- 3) Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban,
- 4) Menghitung korelasi antara tiap pernyataan dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*.

B. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Effendi & Tukiran (2017:141), indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Realibilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur suatu gejala yang sama. Setiap hasil pengukuran sosial merupakan kombinasi antara hasil pengukuran yang sesungguhnya (*true score*) ditambah dengan kesalahan pengukuran. Semakin kecil kesalahan pengukuran, makin reliabel alat pengukur. Bila angka korelasi (r) dikuadratkan, hasil kuadrat ini disebut dengan koefisien determinasi (*coefficient determination*) yang merupakan petunjuk besarnya hasil pengukuran yang sebenarnya. Makin tinggi angka korelasi, makin rendah kesalahan pengukuran.

2. Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2019) analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Pengukuran variabel kuesioner penelitian yang akan dibagikan kepada

responden memiliki 5 skala jawaban yaitu antara skala 1 (sangat tidak setuju) sampai skala 5 (sangat setuju). Dengan nilai tertinggi dari tiap pertanyaan adalah 5 (sangat setuju) dan nilai terendah dari tiap pertanyaan adalah 1 (sangat tidak setuju), maka rumus yang digunakan adalah Nilai Jenjang Interval (range) sebagai berikut:

$$\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Range Skor}}$$

$$\text{Range} = \frac{500 - 100}{5}$$

$$= 80$$

Tabel 3. 2
Rentang Skala

Range	Kategori
100 – 179	Sangat Tidak Setuju
180 – 259	Tidak Setuju
260 – 339	Netral
340 – 419	Setuju
420 – 499	Sangat Setuju

Selanjutnya untuk mengetahui penilaian variabel:

Tabel 3. 3
Kriteria Penilaian Variabel

Nilai	Kategori
80% – 100%	Sangat Baik
70% – 79%	Baik
60% – 69%	Cukup
50% – 59%	Kurang Baik
0% – 49%	Tidak Baik

Sumber: Arikunto (2016)

Setelah diuji validitas reliabilitasnya dalam hal ini penulis akan dibantu dengan program SPSS 20.0 sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, output data penelitian dimana tabulasi data hasil responden karena datanya ordinal sementara dalam

penelitian ini penulis akan menggunakan statistik parametrik maka data ordinal ini perlu diubah menjadi data interval melalui MSI (Methode of Successive Interval).

Menurut Sarwono & Budiyo (2012:343) Metode Suksesif Interval (MSI) adalah merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Proses mengubah data berskala ordinal menjadi data berskala interval ada beberapa tahap yang harus dilakukan, yaitu:

- 1) Menghitung frekuensi,
- 2) Menghitung proporsi,
- 3) Menghitung proporsi kumulatif,
- 4) Menghitung nilai z ,
- 5) Menghitung nilai densitas fungsi z ,
- 6) Menghitung *scale value*,
- 7) Menghitung penskalaan.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Setelah datanya diubah menjadi interval selanjutnya output data tersebut sebagai dasar dalam penginputan data untuk analisis Regresi Linear Sederhana. Analisis Regresi Linear Sederhana yaitu suatu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menilai sejauh mana hubungan atau korelasi antara sebab-akibat dan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Pada Regresi linear sederhana hanya digunakan untuk satu variabel independen dan satu variabel dependen. Penggunaan analisis regresi sederhana bertujuan untuk memprediksi besaran nilai variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen. Beberapa perhitungan yang akan digunakan oleh penulis untuk menjelaskan identifikasi ketiga yaitu:

a) Analisis Regresi

Dengan bentuk persamaan analisis regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X$$

Keterangan:

Y= Kepuasan Nasabah

X= Kualitas Pelayanan

α = Konstanta

b) Uji Koefisiensi Korelasi

Korelasi adalah suatu metode yang digunakan untuk menilai sejauh mana hubungan antara dua atau lebih variabel yang berbeda, yang diukur melalui koefisien korelasi. Metode ini membantu mengukur kekuatan dan arah hubungan antar variabel-variabel tersebut. Nilai koefisien korelasi ini mempunyai nilai antara -1 dan 1, nilai positif berarti mempunyai korelasi yang searah sedangkan negatif berarti mempunyai korelasi yang berlawanan arah (Widarjono, 2013). Kemudian hasil tersebut dibandingkan dengan tabel tingkat koefisien korelasi sebagai berikut

Tabel 3. 4
Koefisien Korelasi

Interval Kelas	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Neolaka (2014: 131)

c) Uji Koefisiensi Determinasi

Uji determinasi dilakukan untuk mendapatkan nilai koefisien determinasi (R^2) yang menggambarkan seberapa baik garis regresi menjelaskan datanya (*goodness of fit*). R^2 dapat didefinisikan sebagai proporsi atau presentase dari total variasi variabel dependen Y yang dijelaskan oleh garis regresi (variabel independent X). Semakin nilainya mendekati 1 maka semakin baik garis regresi karena mampu menjelaskan data aktualnya.

d) Uji T

Uji t digunakan untuk menggambarkan pengaruh setiap variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dengan kata lain, pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah aspek-aspek dalam kualitas pelayanan (X) memengaruhi kepuasan nasabah (Y). Ini dilakukan dengan membandingkan nilai t yang dihitung dengan nilai t pada tabel dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau 5%. Dalam kedua jenis uji tersebut, jika nilai probabilitas (p-value) lebih kecil dari alpha (tingkat signifikansi yang ditentukan), maka hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Jika p-value lebih besar dari alpha, maka hipotesis nol tidak dapat ditolak.

Untuk teknik analisis di atas, penulis akan dibantu dengan program SPSS versi 20.0.