

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah pengguna Bank Digital di Tasikmalaya. Adapun Bank digital yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Bank Jago, Bank Neo Commerce, Jenius, Sea Bank, Blu BCA Digital, Line Bank, TMRW UOB, Digibank by DBS, PermataME, Allobank. Bank tersebut dipilih menjadi objek penelitian karena merupakan 10 Bank digital dengan pengguna paling banyak di Indonesia, data dapat dilihat pada tabel 3.1. Kota Tasikmalaya dipilih sebagai tempat penelitian dikarenakan waktu dan biaya penulis yang terbatas.

Tabel 3.1
10 Bank Digital Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia

Nama Bank Digital	Persentase Pengguna
Bank Jago	46%
Bank Neo Commerce	40%
Jenius	32%
Sea bank	27%
Blu BCA Digital	25%
Line Bank	16%
TMRW UOB	13%
Digibank by DBS	11%
PermataME	10%
Allobank	7%

Sumber : (Goodstats, 2022)

Dalam penelitian ini terdapat variabel independen dan variabel dependen. Variabel independent dalam penelitian ini adalah *Digital marketing* (X1), *E-WOM* (X2), *Customer trust* (X3) dan *Service quality* (X4). Sedangkan variabel dependennya adalah jumlah keputusan pembelian di Penggunaan Bank Digital (Y).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian yang Digunakan

Jenis penelitian ini yaitu menggunakan deskriptif dan kuantitatif. Analisis data deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik responden dan variabel penelitian. Sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis. Menurut (Sugiyono, 2021) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.

Metode Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode Survey. Menurut (Sugiyono, 2021), Survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil dimana data yang diambil adalah data sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel *marketing* maupun psikologis. Data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pengguna *Bank Digital* di Tasikmalaya.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini yaitu *Digital marketing*, *E-WOM*, *Costumer Trust*, dan *Service quality* sebagai variabel bebasnya, sedangkan untuk variabel terikatnya yaitu Keputusan penggunaan. Berikut tabel definisi dan operasional variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.2
Definisi dan Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	<i>Digital marketing</i> (X1)	<i>Digital marketing</i> merupakan kegiatan melakukan promosi produk atau merek perusahaan, dengan menggunakan media elektronik yang dilakukan oleh perusahaan penyedia layanan bank digital.	<ul style="list-style-type: none"> - intensitas melihat <i>website</i> - intensitas iklan dalam <i>search engine</i> - relevansi iklan di <i>search engine</i> - kreatifitas iklan - jumlah konten - tersedia diberbagai sosial media - intensitas menerima email - program afiliasi menarik - mempunyai banyak mitra strategis 	Ordinal
2	<i>E-WOM</i> (X2)	<i>E-WOM</i> merupakan pernyataan positif atau negatif mengenai bank digital yang dibuat dan disebarkan oleh pengguna layanan bank digital mengenai layanan bank digital melalui media internet.	<ul style="list-style-type: none"> - jumlah ulasan - relevansi ulasan - intensitas membaca ulasan - rasio ulasan positif - sumber Rekomendasi - keakuratan rekomendasi - memberi ulasan yang baik - banyak membuat ulasan - memberi ulasan yang relevan 	Ordinal

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
3	<i>Customer trust</i> (X3)	Keyakinan pengguna terhadap layanan bank digital baik berupa keyakinan terhadap kemampuan, kebaikan hati, dan Integritas yang dapat diberikan oleh penyedia layanan bank digital.	<ul style="list-style-type: none"> - Rekam jejak perusahaan - konsistensi memenuhi ekspektasi pelanggan - kemampuan dalam menangani masalah - kepedulian terhadap nasabah. - aktif berkomunikasi dengan pelanggan - mendengarkan masukan pelanggan - menjaga informasi pribadi pengguna. - memenuhi komitmen kepada pelanggan - jujur dalam interaksi bisnis 	Ordinal
4	<i>Service quality</i> (X4)	Kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik tingkat layanan yang disampaikan oleh penyedia layanan bank digital dengan apa yang diharapkan pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> - Stabilitas operasional aplikasi. - Keandalan fitur utama. - Efektivitas layanan pelanggan. - Keamanan data nasabah - Keamanan transaksi - memahami kebutuhan nasabah - memberikan solusi atas masalah nasabah - Kejelasan informasi dalam aplikasi - Fitur bantuan dalam aplikasi 	Ordinal

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
5	Keputusan Penggunaan (Y)	Keputusan Penggunaan adalah suatu rangkaian yang digunakan sebagai pertimbangan dalam melakukan pengambilan keputusan penggunaan layanan Bank Digital yang dimulai dari pengenalan masalah sampai pasca penggunaan.	<ul style="list-style-type: none"> - meyakini adanya kebutuhan - kesesuaian Produk dengan informasi - membandingkan layanan - ulasan pengguna - membandingkan harga/biaya - kemantapan pemilihan produk - mendapat rekomendasi dari orang lain - Merasa puas setelah memakai - memberi rekomendasi kepada orang lain 	Ordinal

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Kegiatan pengumpulan data merupakan usaha secara operasional dalam melaksanakan penelitian yang dapat memberikan pengaruh positif bagi pelaksanaan analisa dan interpretasi data. Berkaitan dengan hal tersebut, maka teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yang relevan dengan permasalahan penelitian. adapun jenis dan sumber data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari narasumber yaitu pengguna bank digital di Kota Tasikmalaya melalui hasil wawancara dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan alat bantu kuisisioner yang disebarakan secara online menggunakan google form.

Pengujian kecukupan data dilakukan agar hasil yang didapat mampu merepresentasikan sasaran penelitian yang dilakukan sehingga hasil data yang didapat dari penyebaran kuesioner dapat menunjang penelitian ini.

Berdasarkan skala Ordinal, langkah pertama yang dilakukan adalah menentukan variabel yang akan dijabarkan menjadi beberapa indikator. Indikator tersebut kemudian dijadikan dasar untuk menyusun pernyataan kuisisioner. Dengan menentukan tingkat jawaban setuju mereka terhadap pertanyaan yang diajukan. Kuisisioner pada penelitian ini memberikan 1-5 pilihan skala sebagai alternatif jawaban yang akan digunakan responden. Kriteria jawaban responden akan seperti berikut :

- 1) Skala 5 menunjukkan respon sangat setuju;
- 2) Skala 4 menunjukkan respon setuju;
- 3) Skala 3 menunjukkan respon kurang setuju;
- 4) Skala 2 menunjukkan respon tidak setuju;
- 5) Skala 1 menunjukkan respon sangat tidak setuju;

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek yang diteliti. Data ini meliputi data yang diperoleh dari literatur dan dokumen yang diperlukan untuk penyusunan penelitian ini.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Menurut (Sugiyono, 2021) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi merupakan seluruh data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup & waktu yang telah ditentukan. Populasi berkaitan dengan data-data. Jika setiap manusia memberikan suatu data, maka ukuran atau banyaknya populasi akan sama dengan banyaknya manusia. Penelitian ini memilih obyek penelitian berdasarkan penelitian studi kasus di Tasikmalaya maka populasi responden dalam penelitian ini yaitu konsumen bank digital di Tasikmalaya.

Tabel 3.3
Penduduk Kota Tasikmalaya berdasar Kelompok Umur

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		Jumlah Total
	Laki- Laki	Perempuan	
0-4	31.251	29.748	60.999
10-14	28.432	27.349	55.781
15-19	31.455	29.352	60.807
20-24	30.435	29.575	60.010
25-29	30.046	28.695	58.741
30-34	29.438	27.725	57.163
35-39	27.884	26.508	54.392
40-44	26.588	24.781	51.369
45-49	23.921	23.285	47.206
50-54	20.830	20.880	41.710
55-59	18.327	18.475	36.802
60-64	14.162	14.462	28.624
65-69	10.970	11.300	22.270
70-74	6.604	7.388	13.992
75+	5.711	6.950	12.661
Total	367.563	356.358	723.921

Sumber : (Badan Pusat Statistik Kota Tasikmalaya, 2023)

Berdasarkan data dari tabel 1.1, pengguna bank digital di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 24.90 % dari orang dewasa, yaitu berusia 18 tahun ke atas. Didukung dengan data pada tabel 3.3, penduduk Kota Tasikmalaya pada tahun 2021 berjumlah 723.921. Penduduk dewasa Kota Tasikmalaya yang telah berusia 18 tahun ke atas dengan asumsi jumlah penduduk yang berumur 18 tahun dan 19 tahun sama dengan rata-rata penduduk di kelompok umur 15-19 tahun, maka penduduk

dewasa di Kota tasikmalaya adalah 509.497 orang. Dengan asumsi pengguna bank digital di Kota Tasikmalaya sesuai dengan persentase pengguna di Indonesia secara umum, maka dapat diestimasikan jumlah populasi pengguna bank digital di Kota Tasikmalaya berjumlah 126.865 orang.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2021). Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* sebagai penentuan sampel. Menurut (Sugiyono, 2021), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pemilihan sampel adalah karena tidak semua sampel memenuhi kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan.

Sampel dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria sebagai berikut yaitu berusia setidaknya 18 tahun, telah menggunakan bank digital minimal 1 tahun, dan merupakan penduduk Kota Tasikmalaya. Kriteria tersebut dipilih karena dinilai telah mampu menilai bagaimana konsumen mengambil keputusan menggunakan layanan bank digital.

Untuk menentukan ukuran sampel yang akan diambil agar mewakili seluruh populasi digunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin sebagai berikut :

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

Keterangan : N = Populasi
 n = Sampel
 e = Galat

Populasi pengguna bank digital di Kota Tasikmalaya adalah sebanyak 126.865 orang. Galat yang diterapkan pada penelitian ini adalah 0.1 atau 10%.

Untuk menentukan jumlah sampel minimal dengan formulasi penarikan sampel yang telah dikemukakan sehingga jumlah anggota sampelnya adalah sebagai berikut:

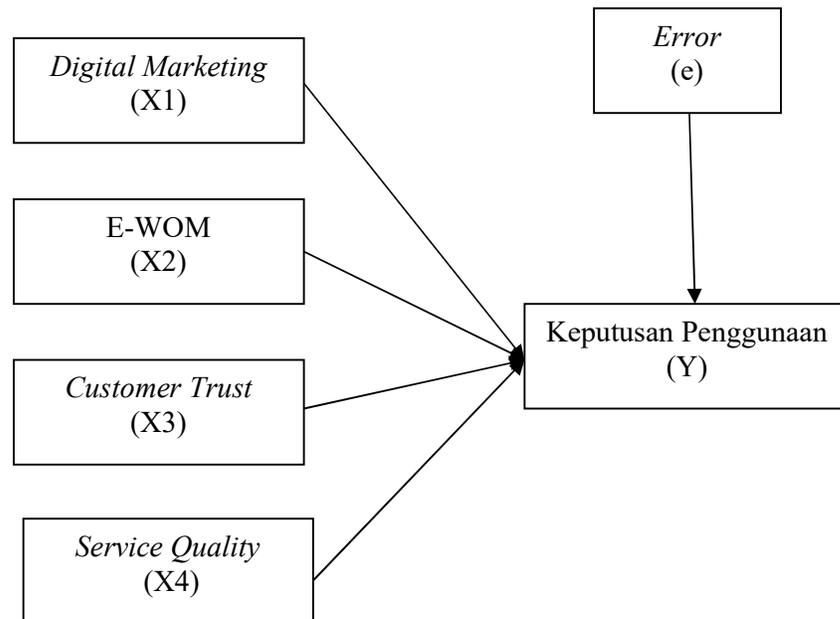
$$n = \frac{126.865}{1 + 126.865(0.1)^2}$$

$$n = 99,92 \approx 100$$

Dari perhitungan di atas dapat bahwa $n = 99,92$ atau dibulatkan menjadi 100 sehingga sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah 100 orang.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1
Model Penelitian

3.2.5 Teknik Analisis Data

3.2.5.1 Uji Kualitas Data

3.2.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur (Ghozali, 2018). Pengujian validitas yang digunakan adalah Korelasi Pearson. Signifikansi Korelasi Pearson yang dipakai dalam penelitian ini adalah 0,05. Apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka butir pertanyaan tersebut valid dan apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

3.2.5.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat 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 (Ghozali, 2018). Pengujian reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *one shot* atau pengukuran sekali saja, dimana pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Reliabilitas diukur dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Ghozali, 2018).

3.2.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat (Sugiyono, 2021) Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Konsumen

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

X₁ : *Digital marketing*

X₂ : *E-WOM*

X₃ : *Customer trust*

X₄ : *Service quality*

e : Standar error

3.2.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.2.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji T dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau

tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2018). Pengujian normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Apabila data hasil perhitungan one-sample Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai diatas 0,05, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2018). Sebaliknya, apabila data hasil perhitungan one-sample Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai dibawah 0,05, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2018)

3.2.5.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Suliyanto, 2011). Dalam penelitian ini, multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya variance inflation factor (VIF). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 (Ghozali, 2018).

3.2.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model

regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser. Uji glejser adalah uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedasitas dengan cara meregresi absolut residual (Ghozali, 2018). Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data terjadi heteroskedastisitas

3.2.5.4 Analisis Koefisien Determinasi

Menurut (Ghozali, 2018), uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Klasifikasi koefisien korelasi tanpa memperhatikan arah adalah sebagai berikut:

1. 0 : Tidak ada Korelasi
2. 0 s.d. 0,49 : Korelasi lemah
3. 0,50 : Korelasi moderat
4. 0,51 s.d.0,99 : Korelasi kuat
5. 1,00 : Korelasi sempurna

Kelemahan dari koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap ada penambahan variabel independen maka R^2 pasti akan meningkat tanpa mempedulikan apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, digunakanlah model *adjusted R²*. Model *adjusted R²* dapat naik atau turun apabila ada suatu variabel independen yang ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2018).

3.2.5.5 Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas (independen) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t mempunyai nilai signifikansi $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik t adalah jika nilai signifikansi $t < 0,05$, maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual dan signifikan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2018).

Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$H_{01} : b_1 = 0$: *Digital marketing* tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan Bank Digital.

$H_{a1} : b_1 \neq 0$: *Digital marketing* berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan Bank Digital.

$H_{02} : b_2 = 0$: *E-WOM* tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan Bank Digital.

$H_{a2} : b_2 \neq 0$: *E-WOM* berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan Bank Digital.

$H_{03} : b_3 = 0$: *Customer trust* tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan Bank Digital.

$H_{a3} : b_3 \neq 0$: *Customer trust* berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan Bank Digital.

$H_{04} : b_4 = 0$: *Service quality* tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan Bank Digital.

$H_{a4} : b_4 \neq 0$: *Service quality* berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan Bank Digital.

Pengujian dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 23 dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika nilai t-hitung lebih besar dari nilai T-tabel, maka H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa data statistik yang digunakan menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai t-hitung lebih kecil dari nilai t-tabel, maka H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa data statistik yang digunakan menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

3.2.5.6 Uji F

Menurut (Ghozali, 2018), Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji pengaruh simultan (Uji F) sering disebut juga dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova. Pada analisis data penelitian ini, uji statistik F digunakan dengan tingkat kepercayaan standar sebesar 0,05.

Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$: *Digital marketing, E-WOM, Customer trust, dan Service quality* tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan Bank Digital.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$ *Digital marketing, E-WOM, Customer trust, dan Service quality* berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan Bank Digital.

Pengujian dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 23 dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika nilai F-hitung lebih besar dari nilai F-tabel, maka H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa data statistik yang digunakan menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara Simultan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai F-hitung lebih kecil dari nilai F-tabel, maka H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa data statistik yang digunakan menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.