

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah Dan Profil Perusahaan

Indonesia sebagai Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri Keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan *stakeholder* yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah bank syariah. Bank syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan terhadap inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan *trend* yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya bank syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan 32 bank syariah yang dimiliki bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 pukul 13:00 WIB yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah

sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Di dukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri,BNI,BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah Perbankan Syariah di 33 Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil'Alamiin*).

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah lembaga perbankan syariah. Bank ini berdiri Pada tanggal 1 Februari 2021, tiga Bank anak perusahaan BUMN itu merger secara nasional dibawah Kementerian BUMN. BNI Syariah, BRI Syariah dan Mandiri Syariah, dari ketiga bank tersebut dimerger menjadi Bank Syariah Indonesia. dari february sampai bulan juni hampir akan menginjak setengah tahun. Untuk sistemnya sendiri sudah terpisah dari masing-masing induk, yang awalnya BNI Syariah induknya dari BNI, BRI Syariah dari BRI, Bank Mandiri Syariah dari Bank Mandiri sudah terpisah dan sudah menjadi sendiri, Bank syariah yang besar di Indonesia. Diharapkan kedepannya proses migrasi dan roll out nya berjalan lancar karena sekarang ini masih di jadwalkan untuk proses migrasi nasabahnya karena nasabah masing-masing bank banyak, jadi dari Februari sampai 31 Oktober 2021 itu proses migrasi nanti setelah bulan Oktober, di bulan November itu semua tidak ada lagi BNI Syariah, BRI Syariah, dan Bank Mandiri Syariah. Karena

semuanya sudah terkumpul dan sudah menjadi legasi Bank Syariah Indonesia (BSI).

Proses *merger* tiga Bank Syariah besar di Indonesia menjadi salah satu tonggak sejarah yang akan membuka banyak peluang-peluang baru dalam mendukung perekonomian masyarakat secara nasional. Setiap Bank Syariah memiliki latar belakang dan sejarahnya sendiri sehingga semakin menguatkan posisi BSI kedepannya.

Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) diresmikan melalui surat yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Surat yang dirilis dengan Nomor: SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRI syariah Tbk serta izin perubahan nama dengan menggunakan Izin Usaha PT Bank BRI syariah Tbk menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai Bank hasil penggabungan. Dengan dikeluarkannya surat dari OJK ini maka semakin menguatkan posisi BSI untuk melakukan aktivitas perbankan berlandaskan konsep syariah dan penggabungan dari 3 Bank pembentuknya.

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, tentu potensi industri keuangan syariah cukup menjanjikan di masa depan. Hal ini tentu saja bisa terjadi jika adanya sinergi antara pemegang kebijakan dan juga kesadaran masyarakat terhadap transaksi halal berbasis syariah yang terus ditegakkan dalam prinsip ekonomi. Adanya peningkatan yang signifikan beberapa tahun terakhir terhadap produk dan layanan berbasis syariah di Indonesia membuat pemerintah

mencermati hal ini sebagai sebuah momen penting dalam tonggak perekonomian syariah di Indonesia. Sikap optimis inilah yang membuat pemerintah akhirnya menggabungkan 3 daftar bank syariah besar besutan BUMN, yaitu PT Bank syariah Mandiri Tbk, PT Bank BNI Syariah Tbk, dan PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi intensitas baru yang diberi nama Bank Syariah Indonesia.

3.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan

Visi

“Menjadi Top 10 *global Islamic Bank*”

Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Menjadi Top 5 bank dengan tingkat profitabilitas, valuasi dan kapitalisasi pasar yang tinggi.
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik di Indonesia.

3.1.3 Nilai - Nilai Budaya Perusahaan

Corporate Values BSI mencakup nilai dan budaya yang menjadi landasan cara berpikir, berperilaku dan bertindak untuk kemudian ditanamkan sebagai Budaya Kerja yang diterjemahkan dalam AKHLAK, yaitu:

1. Amanah; yaitu memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
2. Kompeten; Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
3. Harmonis; Saling peduli dan menghargai perbedaan.

4. Loyal; Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara.
5. Adaptif; Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun, menghadapi perubahan.
6. Kolaborasi; Membangun kerjasama yang sinergis.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian *mixed methode* menurut Sugiyono (2016:18) metode kombinasi adalah pendekatan penelitian yang menggabungkan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif, karena menyajikan hasil penelitian menggunakan angka-angka untuk melihat bagaimana pengaruh variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tasikmalaya UNSIL, serta menggunakan deskriptif karena peneliti bertujuan menggambarkan hasil variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tasikmalaya UNSIL.

3.2.2 Operasional Variabel

Menurut Utama (2010:51) definisi operasional variabel penelitian yaitu sebuah definisi berdasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi atau mengubah konsep dengan kata-kata yang menguraikan perilaku yang dapat diamati dan dapat diuji serta ditentukan kebenarannya oleh seseorang.

a. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014:24) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan dan pengendalian yang diharapkan pada tingkat tersebut untuk memenuhi kebutuhan nasabah, untuk kualitas pelayanan merupakan variabel *independent* (X) pada penelitian ini.

b. Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler (2016:218) kepuasan adalah keadaan perasaan senang atau kecewa ketika kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja hasil yang diharapkan. Kepuasan nasabah merupakan variabel *dependent* (Y) pada penelitian ini.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Konsep Dimensi Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Skala Ukur
Kualitas Pelayanan (X) : kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan dan pengendalian yang diharapkan pada tingkat tersebut untuk memenuhi kebutuhan nasabah	Kemampuan perusahaan dalam memberikan berbagai layanan secara adil dan memuaskan sesuai yang dijanjikan	1. Kehandalan (<i>reliability</i>)	1. Tepat dalam memberikan informasi 2. Memberikan solusi atas keluhan yang diajukan	Ordinal
	Kemampuan dalam merespon dan menyelesaikan permasalahan nasabah dengan cepat dan akurat, selalu siap membantu kesulitan nasabah dan	2. <i>Daya tanggap</i> (<i>responsiveness</i>)	1. Berdiri menyambut nasabah dan memberikan senyuman 2. Melayani nasabah dengan tepat waktu	Ordinal

Variabel	Konsep Dimensi Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Skala Ukur
	memberikan informasi yang jelas sesuai kebutuhan nasabah.			
	Kemampuan meningkatkan kepercayaan nasabah melalui layanan yang diberikan, dan kemampuan berkomunikasi dengan jujur	3. Jaminan (<i>assurance</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem keamanan bank 2. Memberi jaminan pelayanan yang baik 	Ordinal
	kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dan memahami kebutuhan nasabah serta terhubung dengan komitmen untuk memberikan perhatian pribadi	4. Empati (<i>empathy</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pegawai mempunyai interaksi yang baik dengan nasabah 2. Pegawai mengucapkan terima kasih diakhir 	Ordinal
	Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan aset fisiknya, termasuk kebersihan dan ketertiban gedungnya, perlengkapan dan peralatan serta metode yang digunakan, dan perilaku karyawannya.	5. Berwujud (<i>tangible</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ruang tunggu 2. Area parkir 	Ordinal

Variabel	Konsep Dimensi Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Skala Ukur
Kepuasan Nasabah (Y) : Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan	Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu	1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (<i>Overall Customer Satisfaction</i>)	Pelayanan di Bank Syariah Mandiri sangat baik dan memuaskan	Ordinal
	Mengidentifikasi pelanggan untuk menilai produk/jasa perusahaan berdasarkan item-item seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan atau keramahan staf layanan pelanggan	2. Dimensi Kepuasan Pelanggan	Saya sangat senang dengan para pegawai bank karena sangat ramah dan cepat dalam melayani	Ordinal
	Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting	3. Konfirmasi Harapan (<i>Confirmations of Expectation</i>)	Pelayanan yang diberikan pegawai sesuai dengan harapan	Ordinal

Variabel	Konsep Dimensi Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Skala Ukur
	Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.	4. Niat Beli Ulang (Repurchase Intention)	Kemudahan dalam mendapatkan produk Bank membuat kita ingin membeli produk lain yang ditawarkan pihak bank	Ordinal
	Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti	5. Kesiediaan untuk merekomendasi (Willingness to Recommend)	Kondisi lingkungan fisik yang menunjang akan membuat kita bersedia untuk merekomendasikan pada orang lain	Ordinal
	Ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan	6. Ketidakpuasan Pelanggan (<i>Customer Dissatisfaction</i>)	Pegawai tidak mempersulit ketika hendak bertransaksi	Ordinal

Variabel	Konsep Dimensi Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Skala Ukur
	sebelumnya (atau norma kerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya			

Sumber: Dikumpulkan dari beberapa sumber 2024

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan permasalahan yang diteliti penulis, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan *explanatory research*. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2016:16) metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena memenuhi kaidah ilmiah secara konkret atau empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan pada analisis data numerik (angka) kemudian dianalisis menggunakan metode statistik yang sesuai. Menurut Sugiyono (2016:20) *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh variabel satu variabel lainnya.

Penulis menggunakan metode penelitian *explanatory research* untuk menguji hipotesis yang diajukan, diharapkan penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel *independen* dan variabel *dependen* yang ada. Penelitian ini akan menguji pengaruh hubungan antar variabel.

Penulis menggunakan metode ini untuk menguji suatu hubungan antar variabel atau mengetahui apakah suatu variabel berasosiasi atau tidak dengan variabel lainnya, atau untuk mengetahui apakah suatu variabel disebabkan atau dipengaruhi atau tidak oleh variabel lainnya. Desain eksplanasi dimaksudkan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasi atau juga menjelaskan hubungan, perbedaan ataupun pengaruh suatu variabel dengan hipotesis penelitian dan desain eksplanasi sendiri juga dapat digunakan untuk mengembangkan dan menyempurnakan teori bahkan juga dapat digunakan untuk melemahkan atau menggugurkan teori.

Penelitian ini bersumber terdiri dari sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2016:193) data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari sumber pertama. Penelitian ini bersumber dari data primer berupa hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Sumber data primer berupa hasil dari penyebaran kuesioner kepada responden.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016:193) data primer adalah data yang secara langsung diperoleh secara tidak langsung dari pihak lain dan bukan diusahakan sendiri. Sumber data sekunder dalam penelitian ini yang bukti-bukti tulisan (dokumentasi), jurnal, artikel, internet, dan studi pustaka penelitian sebelumnya.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Sugiyono (2016:42) mengemukakan bahwa populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditariknya kesimpulan”. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tasikmalaya UNSIL berjumlah 150 nasabah dari data kunjungan dalam 5 hari kerja ke BSI KCP Tasikmalaya Unsil. (Sumber: *Branch Operation Service Manager*)

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Sampel adalah bagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi Sugiyono (2016:42). Dalam menentukan sampel diperlukan suatu metode pengambilan sampel yang tepat agar diperoleh sampel yang representatif dan dapat menggambarkan keadaan populasi secara maksimal. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode *purposive sampel non probabilitas* yang teknik pengambilan sampelnya tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus yang didasarkan pada perhitungan slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan (10%)

Dengan menggunakan rumus Slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

N = 150 nasabah

e = 10%

$$n = \frac{150}{1 + 150 (10\%)^2}$$

$$n = 60$$

Berdasarkan perhitungan diatas dengan jumlah populasi 150 orang nasabah, maka ukuran sampel adalah 60 orang nasabah.

3.2.4 Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pendekatan kuantitatif dengan *explanatory research*. menurut Sugiyono (2016:20) *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh variabel satu variabel lainnya. Menurut Sugiyono (2016:16) data kuantitatif dapat diartikan data yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk

menguji hipotesis yang telah ditetapkan,. Data yang telah diperoleh dalam penelitian melalui hasil kuesioner nasabah yang telah diolah guna menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tasikmalaya UNSIL.

Data yang digunakan adalah data primer, data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dengan kuesioner dari tempat yang sedang diteliti dan data berupa hasil jawaban para responden mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tasikmalaya UNSIL.

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk jawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Metode ini dilakukan dengan menyebarkan lembar pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kepada para responden yakni nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tasikmalaya UNSIL.

Untuk menghitung kuesioner menggunakan Skala Likert :

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

Sugiyono (2016:57) mengemukakan skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Skala likert memiliki dua bentuk pernyataan, yaitu pernyataan positif dan negatif. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

3.2.5 Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas item merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur Priyatno (2015:60). Uji validitas digunakan untuk menguji apakah data kuesioner yang digunakan dalam penelitian valid atau tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan software SPSS version 23 dan menggunakan metode *corrected item total correlation* dengan taraf signifikan 5% dengan uji 1 sisi. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item dapat dinyatakan valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika

pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Menurut Priyatno (2015:79) untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

2. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016:147) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif dapat digunakan bila peneliti ingin mendeskripsikan data dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dan sampel diambil.

Untuk menjelaskan kondisi masing-masing variabel penelitian digunakan analisis deskriptif dengan rumus sebagai berikut:

$$A = \frac{n - 1}{n} = \frac{5 - 1}{5} = \frac{4}{5} = 0.8$$

Kemudian hasilnya dikategorikan:

Tabel 3. 2 Kategori Penilaian Variabel Penelitian

Range	Kategori
1,00 – 1,8	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,6	Tidak Baik
2,61 – 3,4	Cukup
3,41 – 4,2	Baik
4,21 – 5,0	Sangat Baik

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2024

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Teknik analisis yang digunakan peneliti dalam hal ini adalah, Analisis regresi linier adalah salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan dimasa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*).

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*). Tujuan penerapan metode ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel terikat (*dependent*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*) Siregar (2013:75). Metode-metode yang digunakan antara lain:

a. Persamaan regresi linier sederhana

Persamaan regresi linear sederhana menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b.X + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (*Dependent* variabel)

X = Variabel Bebas (*Independent* variable)

a = Nilai konstanta, yaitu nilai Y jika X=0

b = Koefisien regresi.

e = *Standard Error*.

b. Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2016:286) untuk mengetahui hubungan antara dua variabel, maka cukup melihat nilai dari korelasi (r) merupakan indeks atau bilangan yang digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel. Berikut adalah rumus dari koefisien korelasi

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

Dimana

x = Variabel Independen

y = Variabel Dependen

n = Banyaknya Sampel

Besarnya koefisien korelasi antara dua variabel adalah untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuat atau lemahnya pengaruh maka digunakan pedoman sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	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 : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2024

c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi mempunyai interval nol sampai satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika $R^2 = 1$, berarti besarnya persentase sumbangan X terhadap variasi (naik-turunnya) Y secara bersama-sama adalah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependent* semakin kuat, maka semakin cocok pula garis regresi untuk meramalkan Y.

d. Uji T

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independent* secara individual dalam menerangkan variabel *dependent*. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha= 5\%$) . Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- 1) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_1 ditolak
- 2) Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_1 diterima maka terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas layanan (X) secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan signifikan :

- a) Jika signifikan $< 0,05$, maka H_1 diterima
- b) Jika signifikan $> 0,05$, maka H_1 ditolak.