

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah titik pusat pada suatu penelitian. Pada kasus ini berfokus *Digital Banking* yang mempengaruhi loyalitas nasabah dengan mediator kepuasan nasabah pada aplikasi KBstar di Bank KB Bukopin Tbk. Pada penelitian ini, variabel yang independen adalah *Digital Banking* (X), variabel yang bergantung adalah loyalitas nasabah (Y). Responden dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna aplikasi KBstar PT Bank KB Bukopin Tbk di kantor cabang BSD.

3.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan

Bank KB Bukopin adalah lembaga perbankan yang memiliki peran penting dalam sistem keuangan Indonesia. Didirikan pada tahun 1970, bank ini awalnya dikenal dengan nama Bank Umum Koperasi Indonesia, yang berfokus pada pelayanan kepada koperasi dan masyarakat. Pada tahun 1990, bank ini berganti nama menjadi Bank Bukopin, yang mencerminkan komitmennya untuk melayani nasabah dengan lebih luas. Perubahan signifikan terjadi pada tahun 2018 ketika Bank Bukopin resmi menjadi bagian dari KB *Financial Group*, sebuah grup keuangan terkemuka dari Korea Selatan. Sejak saat itu, bank ini dikenal dengan nama Bank KB Bukopin, yang menunjukkan integrasi dan dukungan dari grup internasional tersebut (KB Bank, n.d.).

Bank KB Bukopin menawarkan berbagai produk dan layanan perbankan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan beragam nasabah, mulai dari individu hingga korporasi. Produk yang ditawarkan mencakup rekening tabungan, deposito berjangka, kredit konsumsi, kredit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta layanan perbankan digital yang semakin populer di kalangan nasabah. Dengan fokus pada segmen usaha kecil dan menengah, Bank KB Bukopin berkomitmen untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui pembiayaan yang tepat dan akses yang lebih mudah bagi pelaku usaha (KB Bank, n.d.).

Salah satu keunggulan Bank KB Bukopin adalah jaringan cabangnya yang luas, yang mencakup berbagai daerah di Indonesia. Hal ini memungkinkan bank untuk menjangkau lebih banyak nasabah dan memberikan layanan yang lebih baik. Selain itu, bank ini juga berinvestasi dalam teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman perbankan yang lebih baik melalui layanan digital, seperti mobile banking dan internet banking (KB Bank, n.d.).

Sebagai bagian dari KB Financial Group, Bank KB Bukopin mendapatkan dukungan dalam hal manajemen dan inovasi produk, yang memungkinkan bank ini untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Visi Bank KB Bukopin adalah untuk menjadi bank terdepan dalam memberikan solusi keuangan yang berkelanjutan, dengan fokus pada kepuasan nasabah dan kontribusi positif terhadap masyarakat. Dengan berbagai inisiatif yang diambil, Bank KB Bukopin berupaya untuk meningkatkan loyalitas nasabah dan

kuantitatif dengan pendekatan survei. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh *Digital Banking* terhadap loyalitas nasabah melalui variabel-variabel yang telah ditentukan. Data yang dikumpulkan secara sistematis melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pengguna aplikasi KBstar di bank KB Bukopin. Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk memperoleh data numerik yang dapat dianalisis secara statistik guna mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel *Digital Banking* dan loyalitas nasabah. Sehingga penelitian ini diharapkan mampu memberikan hasil yang objektif dan dapat digeneralisasi untuk memahami pengaruh *Digital Banking* terhadap loyalitas nasabah di lingkungan Bank KB Bukopin.

3.1.2 Operasional Variabel

Sesuai dengan judul “Pengaruh *Digital Banking* terhadap Loyalitas Nasabah pada Aplikasi KBstar di Bank KB Bukopin (Studi kasus di Kantor Cabang BSD)”, maka penulis dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu:

1. Variabel Bebas

Variabel bebas atau *Independent* adalah variabel yang sering disebut dengan variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* atau terikat (Sugiyono, 2013:39). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Digital Banking*.

2. Variabel Terikat

Variabel Terikat atau *Dependen* adalah variabel yang sering disebut output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiono, 2013:39). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah Loyalitas Nasabah.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Digital Banking (X) <i>Digital Banking</i> adalah penggunaan internet dan perangkat seluler untuk menyediakan layanan dan produk perbankan kepada nasabah, memungkinkan mereka untuk mengakses rekening, melakukan transaksi, dan mengelola keuangan mereka dari jarak jauh tanpa harus mengunjungi cabang fisik bank. (E. M, Rogers, 2003)	Keuntungan Relatif	1) Menggunakan <i>Digital Banking</i> memungkinkan untuk melakukan transaksi dengan lebih cepat. 2) Lebih mudah dalam melakukan transaksi. 3) Penghematan biaya dan meningkatkan efektivitas dalam melakukan transaksi.	Ordinal
	Kompatibilitas	1) <i>Digital Banking</i> cocok dengan gaya hidup. 2) <i>Digital Banking</i> cocok dengan basis pengetahuan.	Ordinal
	Kompleksitas	1) <i>Digital Banking</i> rumit untuk digunakan. 2) <i>Digital Banking</i> sering mengecewakan. 3) Belajar untuk menggunakan <i>Digital Banking</i> sangat sulit.	Ordinal
Loyalitas Nasabah	Transaksional	1) Kecenderungan nasabah untuk	Ordinal

(Y) loyalitas pelanggan adalah komitmen yang kuat untuk terus membeli atau menggunakan produk atau layanan dari satu perusahaan tertentu, bahkan ketika ada pilihan lain yang tersedia, baik secara situasional maupun melalui upaya pemasaran pesaing. (Buttle & Maklan, 2019)		menggunakan aplikasi KBstar Bank KB Bukopin. 2) Nasabah merasakan kepuasan setelah menggunakan aplikasi KBstar Bank KB Bukopin.	
	Refrensial	1) Kepuasan yang nasabah rasakan membuat nasabah merefrensikan produk tersebut kepada orang lain Sebagai sarana transaksional. 2) Nasabah merefrensikan produk KBstar Bank KB Bukopin.	Ordinal
	Preferensial	1) Menjadi pilihan utama. Jika nantinya terjadi suatu kendala atau masalah dalam penggunan KBstar Bank KB Bukopin. 2) Hal-hal yang membuat nasabah tertarik atau tidaknya untuk menggunakan aplikasi KBstar Bank KB Bukopin.	Ordinal
	Eksploratif	1) Pengetahuan tentang produk KBstar Bank KB Bukopin. 2) Fitur yang ada pada produk produk aplikasi KBstar Bank KB Bukopin. 3) Kepuasan dalam kemudahan penggunaan aplikasi KBstar	Ordinal

Sumber: Diolah dari berbagai sumber, 2025

3.1.3 Teknik Pengumpulan Data

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner sebagai instrumen utama. Sumber data yang dikumpulkan adalah data primer yang berasal dari responden, yaitu nasabah pengguna aplikasi KBstar di Bank KB Bukopin Cabang BSD.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Populasi serta sampel memiliki peran yang penting dalam sebuah penelitian untuk mengumpulkan data dari variabel yang diteliti. Populasi merupakan sekumpulan kenyataan, variabel, konsep, atau subjek yang menjadi fokus penelitian. Penelitian ini dapat dilakukan Ketika setiap anggota populasi mengetahui sifat-sifat dari populasi tersebut (Morissan, 2012).

Menurut Sugiyono (2019:26), populasi merujuk pada wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek dengan jumlah dan karakteristik eksklusif yang teridentifikasi oleh peneliti untuk kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari 325 Nasabah pengguna aplikasi KBstar pada Bank KB Bukopin Cabang BSD, sumber populasi didapat melalui proses wawancara pihak Bank KB Bukopin Kantor Cabang BSD.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81), sampel didefinisikan menjadi bagian asal populasi yang sebagai sumber data dalam penelitian, pada mana populasi merujuk pada keseluruhan karakteristik yang dimiliki oleh suatu kelompok yang

diteliti. Sampel adalah bagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relative sama dan dianggap bisa mewakili populasi.

Dalam penelitian ini, teknik *sampling* yang digunakan adalah *probability sampling* dengan teknik yang diambil yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2018:138) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Berikut kriteria nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini meliputi:

1. Responden harus menjadi nasabah di bank KB Bukopin cabang BSD.
2. Nasabah pengguna aktif aplikasi KBstar di bank KB Bukopin cabang BSD.
3. Responden harus bersedia dan mampu mengisi kuesioner dengan lengkap dan jujur agar data yang dikumpulkan valid dan reliabel untuk analisis penelitian.

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus untuk menghitung jumlah sampel yang digunakan, yaitu rumus Slovin. Langkah-langkah yang digunakan untuk menentukan anggota sampel dari populasi dengan cara berikut:

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

Dimana: n =Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e = Error level (Tingkat kesalahan) 10%

Pada penjelasan sebelumnya, ukuran sampel dapat dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$N = 325$$

$$e = 10\%$$

$$n = \frac{325}{1 + 325(10\%)^2}$$

$$= 76,47$$

$$= 77$$

Dalam penelitian ini, jumlah nasabah Bank KB Bukopin Kantor Cabang BSD yang menggunakan aplikasi KBstar masih terbatas, yaitu sebanyak 325 nasabah. Berdasarkan jumlah tersebut, sampel penelitian ditentukan sebanyak 77 responden.

3.1.4 Model Penelitian

Penelitian ini merupakan sebuah pendekatan yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan, serta menjelaskan pengaruh *Digital Banking* terhadap loyalitas nasabah pada PT KB Bukopin Tbk Cabang BSD. Gambar model penelitiannya, sebagai berikut:



Gambar 3. 2 Model Penelitian

3.1.5 Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Validitas berhubungan dengan suatu perubahan mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Menurut Ghazali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaannya pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Nashrullah et al., 2023).

Dalam penelitian ini akan dilakukan dengan pearson correlation uji ini akan dilakukan dengan melihat korelasi dan skor masing-masing item pertanyaan, item dikatakan valid, jika $R \text{ hitung} > R \text{ tabel}$ dan sebaliknya. Dalam hal ini, dibantu dengan program komputer SPSS.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha untuk memastikan konsistensi internal dari instrumen pengukuran. Berikut adalah penafsiran mengenai indeks korelasi (R) sebagai berikut:

1. Apabila nilai koefisien *Cronbach's Alpha* $>0,7$ maka data yang diteliti memiliki kendala yang cukup kuat.
2. Kemudian, bila mana nilai koefisien *Cronbach's Alpha* $>0,6$ maka, dapat disimpulkan data yang diteliti memiliki kendala suatu data telah mencukupi.
3. Apabila nilai koefisien *Cronbach's Alpha* $<0,6$ dapat disimpulkan bahwa data yang akan diteliti belum dapat diandalkan untuk menjelaskan penelitian.

Berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* tersebut dapat dilihat tingkat reliabel suatu instrument yang akan digunakan dalam penelitian. Semakin reliabel suatu instrumen maka semakin baik juga nilai tersebut untuk digunakan dalam penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang dimiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian statistik. Ketentuan data yang digunakan dalam uji normalitas adalah signifikansi $>0,05$ jika data normal dan signifikansi $<0,05$ jika data tidak normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini

biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan (*Linearity*) kurang dari 0.05. Menurut Ghazali (2016) uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan linier antara variabel independen dan variabel dependen. Penilaian uji linearitas yaitu dapat dilihat dengan membandingkan antara c hitung dan c tabel apabila nilai c hitung < c tabel maka variabel tersebut dikatakan linier.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk melihat hubungan antara variabel X (*Digital Banking*) dengan variabel Y (Loyalitas Nasabah) pada Bank KB Bukopin Cabang BSD, maka peneliti melakukan uji regresi linear sederhana. Menurut Sugiyono (2017), regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independent dengan satu variabel dependen.

Adapun persamaan regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y=subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a=Konstanta

b=Koefisien variabel X

X=Variabel Independen

4. Uji Hipotesis

a. Uji koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel dependen (loyalitas nasabah) dapat dijelaskan oleh variabel independen (Pengaruh *Digital Banking* melalui aplikasi KBstar). Nilai koefisien determinasi (R^2) yang tinggi menunjukkan bahwa model yang digunakan mampu menjelaskan sebagian besar variasi loyalitas nasabah berdasarkan variabel yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, uji ini penting untuk memastikan bahwa pengaruh *Digital Banking* terhadap loyalitas nasabah cukup signifikan dan dapat diukur secara statistik.

b. Uji T

Uji T dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel *Digital Banking* terhadap loyalitas nasabah melalui koefisien regresi. Berdasarkan hasil analisis, nilai t hitung dibandingkan dengan t tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan tertentu. Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka pengaruh *Digital Banking* terhadap loyalitas nasabah dinyatakan signifikan secara statistik (Muchtar et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Digital Banking*, termasuk aplikasi KBstar, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank KB Bukopin.