

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah Pengaruh Pelayanan Digital Aplikasi BYOND Terhadap Kepercayaan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Survei Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Dan Keuangan. Untuk Variabel X nya adalah Pelayanan Digital aplikasi BYOND. Sedangkan untuk Variabel Y nya adalah Kepercayaan Nasabah.

3.1.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan Bank Syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara.

BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRIsyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. melalui Surat Keputusan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 04/KDK.03/2021 secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021. Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI.

Komposisi pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat

Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. 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.

3.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan

- **Visi**

Top 10 Global Islamic Bank

- **Misi**

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

3.1.3 Statement Dan Budaya Perusahaan

Dalam Rangka mendukung visi dan misi perusahaan terkait keberhasilan mempersiapkan SDM berkualitas untuk membangun perseroan sebagai bank syariah terbesar di Tanah Air, yang diakui pula secara global. Maka dirumuskanlah *core values* AKHLAK yang merupakan akronim dari Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif dan Kolaboratif, menjadi budaya yang mampu mengintegrasikan seluruh perusahaan di bawah Kementerian BUMN termasuk BSI, untuk bersama membangun bangsa yang dijabarkan dalam 6 perilaku utama, yaitu:

1. *Amanah*

- 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. *Kolaboratif*

- Membangun kerjasama yang sinergi



Gambar 2.1 Statement Dan Budaya Perusahaan

Sumber : www.bankbsi.c.id

3.1.4 Logo Dan Makna Perusahaan

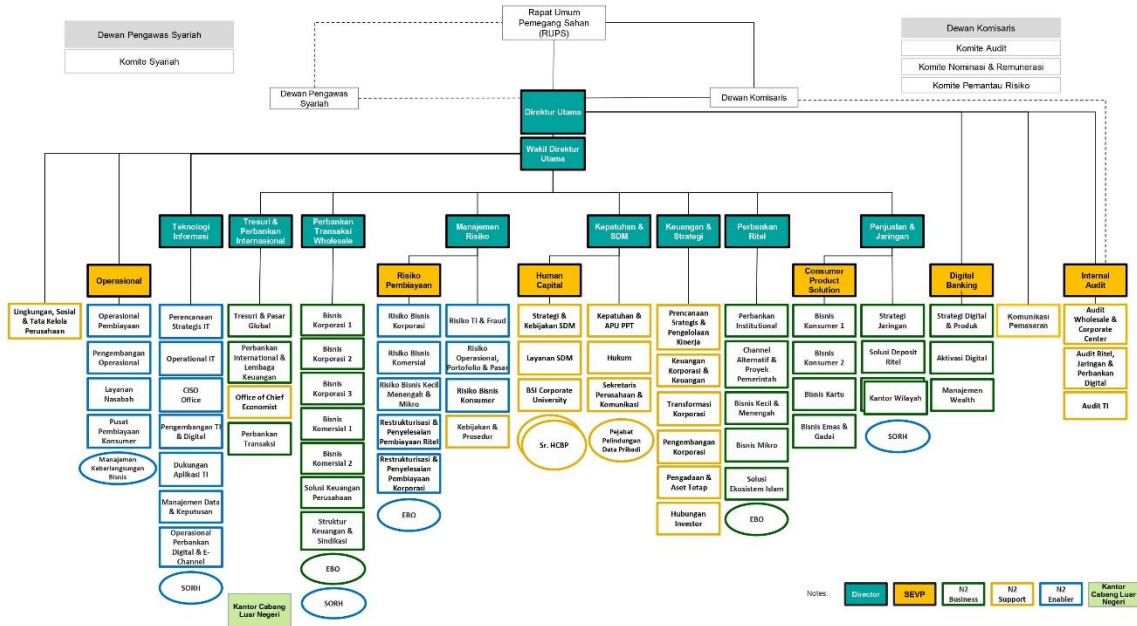
Logo Bank Syariah Indonesia lebih dari sekadar elemen grafis; itu adalah cerminan dari nilai-nilai, filosofi, dan misi besar bank ini dalam menyediakan layanan keuangan syariah yang inklusif, transparan, dan beretika. Dengan menggabungkan elemen-elemen seperti warna hijau, bentuk bulat, elemen geometris, tipografi modern, serta motif Islami, logo ini menyampaikan pesan bahwa BSI berkomitmen untuk terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang kokoh.

Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang makna dan filosofi di balik logo Bank Syariah Indonesia, masyarakat dapat lebih memahami bahwa BSI bukan hanya sebuah institusi perbankan, tetapi juga sebuah gerakan untuk menghadirkan solusi keuangan yang lebih adil, etis, dan berkelanjutan.

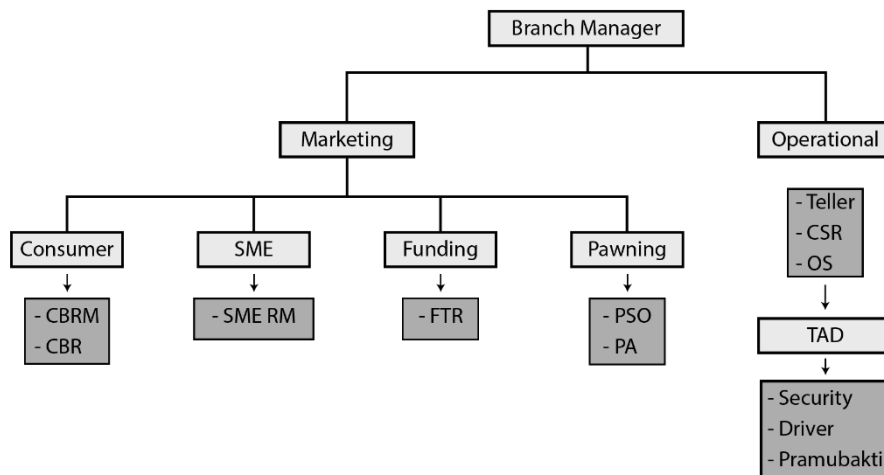


Gambar 2.2 Logo Dan Makna Perusahaan
Sumber : www.bankbsi.co.id

3.1.5 Struktur Organisasi



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Bank BSI
Sumber : www.bankbsi.co.id



Gambar 2.4 Struktur Bank BSI Cabang Tasikmalaya
Sumber : Bank BSI Cabang Tasikmalaya

3.1.6 Job Description Perusahaan

1. Kepala Cabang Tasikmalaya (*Branch Manager*)

- Mengawasi seluruh aktivitas operasional bank di cabang
- Memastikan layanan perbankan berjalan sesuai dengan standar yang ditetapkan.
- Bertanggung jawab atas pencapaian target pendapatan, dana pihak ketiga (DPK), dan pembiayaan.
- Mengembangkan strategi pemasaran dan akuisisi nasabah baru.
- Meningkatkan customer experience dengan inovasi layanan.
- Mengelola risiko operasional, kredit, dan kepatuhan sesuai dengan kebijakan bank.
- Memastikan seluruh transaksi dan pelaporan sesuai regulasi OJK dan BI.
- Melaporkan perkembangan kinerja cabang kepada manajemen pusat.
- Berkoordinasi dengan pihak eksternal seperti regulator, komunitas bisnis, dan mitra strategis.
- Mewakili bank dalam berbagai kegiatan yang melibatkan nasabah dan masyarakat.

2. CBRM (*Customer Business Relationship Manager*)

- Menjalin dan mempertahankan hubungan baik dengan nasabah bisnis dan korporasi.
- Melakukan komunikasi rutin untuk memastikan kepuasan dan loyalitas nasabah.
- Mencari dan mengakuisisi nasabah baru di segmen bisnis atau komersial.

- Menyusun strategi pemasaran dan pengembangan produk untuk menarik lebih banyak nasabah.
- Menganalisis kebutuhan keuangan nasabah dan memberikan rekomendasi produk BSI yang sesuai.
- Berkoordinasi dengan tim internal untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan spesifik nasabah.
- Mengelola risiko kredit dengan melakukan analisis mendalam terhadap calon debitur.
- Menganalisis laporan keuangan dan tren bisnis nasabah untuk memberikan insight strategis.
- Memberikan laporan berkala kepada manajemen mengenai perkembangan portofolio bisnis.

3. ***CBR (Customer Business Relationship)***

- Memasarkan produk perbankan syariah seperti pembiayaan, giro, tabungan, deposito, dan trade finance.
- Menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabah bisnis dan institusi.
- Memastikan kebutuhan perbankan nasabah terpenuhi dengan produk yang tepat.

4. ***SME RM (Small & Medium Enterprise Relationship Manager)***

- Memasarkan produk pembiayaan syariah seperti **KUR Syariah, modal kerja, dan investasi** untuk UKM.
- Mencari dan mengakuisisi nasabah baru dari segmen usaha kecil dan menengah.

- Menjalin kemitraan dengan komunitas bisnis, asosiasi UKM, dan pemerintah daerah.
- Mengidentifikasi potensi kredit bermasalah (NPL) dan mencari solusi agar tetap terkendali.
- Mengidentifikasi kebutuhan perbankan UKM dan menawarkan produk yang sesuai.

5. **FTR (Failed Transaction Report)**

- Menyusun strategi pemasaran dan promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah funding.
- Memasarkan produk simpanan berbasis syariah seperti **tabungan haji, tabungan bisnis, deposito**, dan lainnya.
- Memastikan target penghimpunan dana tercapai sesuai dengan strategi bank.
- Mengidentifikasi peluang cross-selling untuk produk pembiayaan, investasi, dan lainnya.

6. **PSO (Personal Office Officer)**

- Mengidentifikasi peluang cross-selling untuk produk pembiayaan, investasi, dan lainnya.
- Membantu nasabah dalam pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan administrasi lainnya
- Memproses transaksi seperti setoran, penarikan, transfer, dan pembayaran tagihan.
- Melakukan verifikasi data nasabah dalam setiap transaksi

- Menangani keluhan atau masalah nasabah dengan solusi yang sesuai.
- Berkoordinasi dengan tim terkait dalam penyelesaian masalah nasabah.

7. PA (*Personal Assistant*)

- Mengatur dan mengelola jadwal pimpinan, termasuk rapat, perjalanan dinas, dan acara penting.
- Mengingatkan pimpinan tentang agenda dan tenggat waktu yang harus dipenuhi.
- Menyusun jadwal pertemuan dengan pihak internal maupun eksternal.
- Menyiapkan dan mengelola dokumen penting, seperti laporan, surat-menysurat, dan presentasi.
- Mengarsipkan dokumen dengan rapi dan memastikan keamanan data.
- Menyusun notulen rapat dan mendistribusikannya kepada pihak terkait.
- Menjadi penghubung antara pimpinan dengan karyawan, klien, dan mitra bisnis.

8. Teller

- Memproses transaksi seperti setoran tunai, penarikan, transfer, dan pembayaran tagihan
- Memastikan transaksi dilakukan dengan akurat dan sesuai prosedur perbankan syariah.
- Membantu nasabah dalam memahami fitur dan manfaat produk perbankan syariah.
- Memastikan jumlah uang yang diterima dan disetor sesuai laporan
- Membantu menyelesaikan permasalahan transaksi dengan cepat dan

profesional.

- Menjaga komunikasi yang baik untuk memastikan kepuasan nasabah.

9. CSR (*Customer Service Representative*)

- Menyambut dan melayani nasabah yang datang ke kantor cabang dengan ramah dan profesional.
- Membantu nasabah dalam memahami produk dan layanan perbankan syariah.
- Membantu proses pembukaan rekening tabungan, giro, deposito, dan produk lainnya.
- Melakukan verifikasi data dan memastikan kelengkapan dokumen nasabah.
- Memastikan kepuasan nasabah dengan layanan yang diberikan.
- Memproses perubahan data nasabah seperti alamat, nomor telepon, atau jenis rekening.
- Mengarsipkan dokumen transaksi dan administrasi secara rapi dan sesuai ketentuan.

10. OS (*Operational Support*)

- Memastikan semua aktivitas operasional di kantor cabang berjalan lancar.
- Menyediakan dukungan administratif bagi teller, customer service, dan bagian lainnya.
- Mengelola ketersediaan perlengkapan dan kebutuhan operasional cabang.
- Memastikan setiap proses operasional mengikuti Standar Operasional Prosedur (SOP) bank.
- Menyediakan data dan dokumen yang dibutuhkan saat proses audit internal

maupun eksternal.

11. Security

- Memastikan situasi di dalam dan sekitar bank tetap kondusif.
- Mengawasi area kantor cabang untuk mencegah tindakan kriminal atau gangguan keamanan.
- Melakukan patroli rutin untuk mengantisipasi potensi ancaman keamanan.
- Mengontrol akses masuk dan keluar karyawan, nasabah, serta tamu.
- Menjaga dan memastikan hanya pihak yang berkepentingan yang dapat mengakses area tertentu.
- Membantu mengarahkan nasabah yang membutuhkan informasi atau bantuan.

12. Driver

- Mengantar pimpinan, karyawan, atau tamu bank ke lokasi tujuan sesuai jadwal.
- Mengangkut dan mendistribusikan perlengkapan atau peralatan operasional bank.
- Memastikan kendaraan dalam kondisi baik sebelum digunakan (cek oli, bahan bakar, rem, dan lainnya).
- Bersedia bekerja dalam waktu fleksibel sesuai kebutuhan operasional

13. Pramubakti (Office Boy)

- Membersihkan area kantor, termasuk ruang kerja, ruang tunggu, toilet, dan pantry.
- Menjaga kebersihan meja, kursi, lantai, jendela, dan fasilitas lainnya.

- Mengelola sampah dan memastikan area kerja bebas dari kotoran.
- Mengatur dan memastikan ketersediaan alat kebersihan serta perlengkapan kantor.
- Menyediakan air minum, teh, kopi, atau keperluan lain bagi karyawan dan tamu.

3.1.7 Jaringan Dan Kegiatan Usaha Perusahaan

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank syariah terbesar di Indonesia yang resmi beroperasi sejak 1 Februari 2021, hasil penggabungan dari tiga bank syariah milik negara: Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI syariah. BSI memiliki jaringan yang luas di seluruh Indonesia, dengan ratusan kantor cabang yang tersebar di berbagai provinsi. Selain itu, BSI juga telah membuka kantor perwakilan di Dubai International Financial Center pada awal Januari 2022 sebagai langkah ekspansi ke Timur Tengah. BSI berencana untuk membuka cabang di Arab Saudi guna memperluas layanan perbankan syariah bagi masyarakat Indonesia di luar negeri.

Bank Syariah Indonesia (BSI) menawarkan berbagai program dan produk perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah untuk memenuhi kebutuhan finansial nasabah. Berikut adalah beberapa produk dan layanan yang disediakan :

1. Produk Simpanan

- **Tabungan BSI**

Produk simpanan bagi nasabah perorangan dengan berbagai pilihan akad, seperti **wadiah** (titipan) dan **mudharabah** (bagi hasil). Tabungan ini dilengkapi dengan fasilitas kartu ATM dan layanan perbankan

digital untuk kemudahan transaksi.

- **Deposito BSI**

Investasi berjangka dengan prinsip **mudharabah**, di mana nasabah dapat memilih jangka waktu tertentu dan memperoleh bagi hasil sesuai kesepakatan.

2. Produk Pembiayaan

- **Pembiayaan Kepemilikan Rumah (BSI Griya)**

Fasilitas pembiayaan untuk pembelian rumah dengan akad **murabahah** (jual beli) atau **musyarakah mutanaqisah** (kepemilikan bertahap).

- **Pembiayaan Kendaraan Bermotor (BSI Oto)**

Fasilitas pembiayaan untuk pembelian rumah dengan akad **murabahah** (jual beli) atau **musyarakah mutanaqisah** (kepemilikan bertahap).

- **Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

BSI menyediakan berbagai skema pembiayaan untuk mendukung pengembangan usaha UMKM dengan prinsip syariah, seperti **mudharabah** dan **musyarakah** (kerja sama).

3. Layanan Digital

- **BSI Mobile**

Aplikasi perbankan digital yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan layanan lainnya secara mudah dan aman.

- **BSI Net Banking**

Layanan perbankan internet yang memberikan kemudahan akses ke

rekening dan transaksi perbankan melalui web browser

4. Produk Investasi

- **BSI Reksadana Syariah:**

Produk investasi kolektif yang dikelola sesuai dengan prinsip syariah, memberikan peluang bagi nasabah untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

- **Sukuk Tabungan**

Instrumen investasi syariah yang diterbitkan oleh pemerintah, tersedia bagi nasabah yang ingin berinvestasi dengan prinsip syariah dan mendapatkan imbal hasil yang kompetitif.

5. Layanan Haji dan Umrah

- **Tabungan Haji BSI**

Instrumen investasi syariah yang diterbitkan oleh pemerintah, tersedia bagi nasabah yang ingin berinvestasi dengan prinsip syariah dan mendapatkan imbal hasil yang kompetitif.

- **Tabungan Umrah BSI**

Simpanan yang dirancang untuk mempersiapkan dana umrah, dengan berbagai kemudahan dan manfaat bagi nasabah.

6. Layanan Lainnya

- **Layanan Wakaf dan Zakat**

BSI memfasilitasi nasabah dalam menyalurkan wakaf dan zakat melalui kerja sama dengan lembaga amil zakat dan nazir wakafnya.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), penelitian deskriptif kuantitatif adalah merupakan suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena telah memenuhikaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, sertasistematis. Berdasarkan definisi tersebut maka metode kuantitatif dapat disimpulkan sebagai sebuah metode penelitian yang di dalamnyamenggunakan banyak angka yang konkrit dan terukur. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang data-datanya numerikal dan diolah dengan menggunakan metode statistic yang terukur.

Penelitian kuantitatif sebagian besar dilakukan dengan menggunakan metode statistik yang digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif dari studi penelitian. Dalam metode penelitian ini, para peneliti dan ahli statistik menggunakan kerangka kerja matematika dan teori-teori yang berkaitan dengan kuantitas yang dipertanyakan.

Penulis akan terjun langsung untuk melakukan penelitian lapangan (*field research*) yaitu merupakan metode untuk menemukan secara khusus realitas apa yang terjadi ditengah masyarakat (dalam hal ini Mahasiswa Jurusan Perbankan Dan Keuangan). Penelitian lapangan adalah penelitian yang bertujuan mempelajari secara intensif latar belakang dan keadaan sekarang. Pada penelitian ini peneliti akan memaparkan data hasil penelitian yang diperoleh di lapangan yaitu pengaruh pelayanan digital aplikasi BYOND terhadap kepercayaan nasabah Bank BSI.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.) Survei Kuisisioner

Metode Survei digunakan dalam evaluasi untuk membuat pencadangan secara sistematis, faktual, dan akurat terhadap fakta-fakta serta sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Macam-macam metode penelitian kuantitatif seperti survei digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data informasi. Dalam hal ini untuk sampelnya adalah Mahasiswa Jurusan Perbankan Dan Keuangan.

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode untuk mengumpulkan data melalui penggunaan angket ataupun penyebaran kuisisioner, dengan melalui kuisisioner *online*.

Menurut Sugiyono (2022:142) teknik yang melibatkan pemberian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh mereka. Dalam penelitian ini, survei dilakukan secara daring menggunakan *Google Form* dan *Skala Likert*. Berikut adalah tabel skala Likert yang digunakan oleh peneliti:

2.) Studi Kepustakaan

Menurut Sugiyono (2018) studi kepustakaan/kajian pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan menelaah buku, literatur, catatan, dan laporan yang berhubungan dengan masalah yang akan dipecahkan. Tujuannya adalah membangun kerangka teoritis, mendukung perumusan

masalah, dan mengembangkan pemahaman konseptual terhadap topik yang diteliti.

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data pada penelitian ini menggunakan jenis Data Kuantitatif yang melibatkan pengumpulan dan analisis data dalam bentuk angka atau variable numerik. Menurut Sugiyono (2019:7) Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (*scoring*). Data ini biasanya diperoleh dari hasil perhitungan, pengukuran, ataupun hasil kuesioner yang diolah secara statistik.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh melalui kuisoner yang dibagikan kepada dosen fakultas ekonomi. Responden yang digunakan pada penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Perbankan Dan Keuangan yang sudah memiliki rekening dan tabungan aktif di Bank BSI.

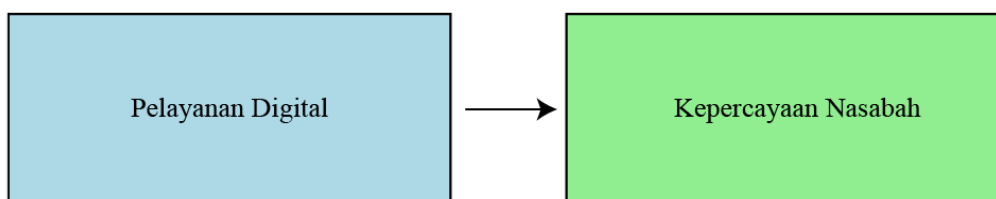
Sedangkan sumber data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan dan diolah terlebih dahulu oleh pihak lain, bukan oleh peneliti secara langsung. Data ini biasanya sudah tersedia dalam bentuk dokumen, laporan, jurnal, buku, atau arsip, sehingga peneliti tinggal mengambil dan menggunakannya sebagai bahan pendukung dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2018) Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui dokumen atau laporan yang sudah ada.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah model penelitian asosiatif (eksplanatif). Yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variable atau lebih. Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui “Pengaruh Pelayanan Digital” (X) terhadap “Kepercayaan Nasabah” (Y) pada Bank Syariah Indonesia.

Penelitian ini menggunakan variabel *digital service* dan kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia. Penelitian tersebut menguji pengaruh variabel independennya ke variabel dependen. Peneliti menguji apakah digital service berpengaruh signifikan atau tidak signifikan terhadap kepercayaan nasabah.

Model penelitian ini bersifat non-experimental, namun dalam penelitian ini tidak diberikan perlakuan atau intervensi langsung terhadap objek penelitian, namun hanya pengamatan gejala-gejala yang telah terjadi di lapangan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden.



Gambar 2.5 Hubungan Antar Variabel
Sumber : penulis

Panah dari Variabel X ke Variabel Y menggambarkan arah hubungan pengaruh. Artinya, pelayanan digital diharapkan dapat mempengaruhi kepercayaan nasabah. Jika pelayanan digital dirasakan baik dan memuaskan, maka kepercayaan

nasabah cenderung meningkat. Sebaliknya, jika pelayanan digital buruk atau sering bermasalah, maka tingkat kepercayaan bisa menurun.

3.2.5 Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel oleh peneliti pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *non-probability sampling* yakni sebuah teknik pengambilan sampel pada setiap anggota dari populasi yang dipilih menjadi bagian dari sampel dengan tidak memberikan peluang yang sama pada setiap populasinya. Pada pengambilan sampel ini, peneliti menggunakan metode *accidental sampling*. Penentuan Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian didasarkan pada factor seperti derajat ketaatan yang diupayakan dalam penelitian, ciri khusus populasi, dan ketersediaan partisipan (Hadi, 2016).

Untuk responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Perbankan Dan Keuangan di Universitas Siliwangi sebanyak 84 orang. Penulis akan menyebarkan kuisioner ke 84 mahasiswa tersebut dengan menggunakan G-Form yang bisa di akses melalui link yang sudah di buat oleh penulis.

Data ini penulis dapatkan dari Kaprodi Jurusan Perbankan Dan Keuangan. Yakni untuk angkatan 2022 sebanyak 167 mahasiswa. Angkatan 2023 sebanyak 192 mahasiswa. Terakhir untuk angkatan 2024 sebanyak 161 mahasiswa. Total jumlah dari ketiga angkatan tersebut sebanyak 520 mahasiwa.

Berikut adalah cara penghitungan jumlah responden dengan menggunakan rumus slovin :

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

$$n = \frac{520}{1 + 52(0,01)}$$

$$n = \frac{520}{6,2}$$

$$n = 83,87$$

Gambar 2.6 Perhitungan Responden (Rumus Slovin)
Sumber : Data diperoleh penulis, tahun 2025

Dari penghitungan diatas diperoleh angka 83,87. Maka Angka tersebut harus dibulatkan keatas. Yang mana berarti untuk jumlah responden yang akan dijadikan sampel penelitian penulis adalah 84 orang.

3.2.6 Operasional Variabel

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis indikator variabel-variabel yang digunakan dalam sebuah penelitian. Proses ini juga dimaksudkan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistika dapat dilakukan secara benar.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi Variabel	Keterangan	Skala Variabel
1.	Pelayanan Digital (X)	<i>Efficiency</i>	Kemudahan dan kecepatan dalam mengakses layanan digital bank.	Ordinal
		<i>Fullfillment</i>	Kemampuan sistem untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan nasabah sesuai harapan.	Ordinal

		<i>System Availability</i>	Ketersediaan layanan digital bank (aplikasi, website) secara terus-menerus tanpa gangguan.	Ordinal
		<i>Privacy</i>	Perlindungan data pribadi dan transaksi nasabah agar tidak disalahgunakan.	Ordinal
		<i>Resposiveness</i>	Kecepatan tanggapan bank terhadap pertanyaan atau keluhan nasabah melalui kanal digital.	Ordinal
2.	Kepercayaan Nasabah (Y)	<i>Competence</i>	Kemampuan bank dalam memberikan layanan digital secara profesional dan andal.	Ordinal
		<i>Integrity</i>	Kejujuran dan transparansi bank dalam mengelola layanan serta informasi nasabah.	Ordinal
		<i>Consistency</i>	Konsistensi pelayanan bank dalam menjaga kualitas dan keamanan layanan digital.	Ordinal
		<i>Goodwill</i>	Niat baik dan komitmen bank untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan nasabah.	Ordinal

Butir-butir pernyataan tersebut terdapat dalam instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun dalam bentuk skala *Likert* dengan 5 (lima) alternatif jawaban, yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju

(TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Kemudian, masing-masing jawaban diberi skor secara berurutan yaitu 5, 4, 3, 2, dan 1.

Skala pengukuran ini menggunakan skala *Likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2021). Dengan skala *Likert* ini reponden akan menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mereka terhadap pertanyaan penelitian dalam lima tingkatan. Tingkat setuju dan tidak setuju memiliki nilai yang berbeda disetiap tingkatannya. Diantaranya :

- Sangat Setuju (SS) : 5
- Setuju (S) : 4
- Netral (N) : 3
- Tidak Setuju (TS) : 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

Untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indicator, perhitungan frekuensi jawaban dari setiap pilihan jawaban akan dijumlahkan.

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pertanyaan}}$$

Setelah nilai rata-rata jawaban sudah diketahui, kemudian hasil tersebut di interpertasikan dengan alat bantu tabel kontinum, sebagai berikut :

- a. Indeks Minimum : 1
- b. Indeks Maksimum : 5
- c. Interval : $5-1 = 4$
- d. Jarak Interval : $(5-1) : 5 = 0,8$

Tabel 3.2 Kategori Skala

Skala	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik

Kategori “Sangat Tidak Baik” pada rentang skor 1,00–1,80 ditetapkan berdasarkan hasil perhitungan tabel kontinum dengan menggunakan indeks minimum sebesar 1 dan indeks maksimum sebesar 5. Rentang tersebut merupakan representasi dari nilai terendah pada skala Likert, di mana skor 1 diberikan untuk pilihan Sangat Tidak Setuju (STS). Oleh karena itu, apabila nilai rata-rata suatu indikator berada pada kisaran 1,00–1,80, hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang sangat negatif terhadap pernyataan yang diajukan.

Kondisi ini mencerminkan bahwa aspek pelayanan atau kepercayaan yang diukur tidak hanya dinilai kurang baik, tetapi berada pada tingkat kualitas yang paling rendah, jauh dari harapan responden, serta belum mampu memenuhi standar pelayanan yang semestinya. Dengan demikian, kategori “Sangat Tidak Baik” digunakan untuk menggambarkan persepsi responden yang menilai bahwa indikator tersebut memiliki kualitas yang sangat buruk dan membutuhkan perbaikan secara signifikan.

3.2.7 Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif adalah prosedur untuk menggambarkan, menyajikan, dan meringkas data penelitian agar mudah dipahami. Biasanya digunakan untuk menjelaskan karakteristik data, seperti nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), median, modus, dan standar deviasi.

Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan karakteristik data responden dan variabel penelitian secara kuantitatif. Data yang dianalisis meliputi data jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pengalaman menggunakan aplikasi BSI dan standar deviasi dari skor kuesioner pada masing-masing indikator variabel pelayanan digital dan kepercayaan nasabah.

3.2.8 Pengujian Instrument

3.2.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai apakah pertanyaan (item) dalam kuesioner benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas menentukan apakah data yang diperoleh akurat dan sesuai dengan tujuan penelitian. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut.

$$r_{xy} = \frac{N \Sigma_{xy} - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{[N \Sigma x^2 - (N \Sigma x)^2][N \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisien korelasi

Σxy : jumlah Perkalian Skor X dan Skor Y

N : jumlah responden/subyek

X : skor pertanyaan

Y : skor total

Untuk menemukan valid tidaknya kuesioner dalam penelitian menggunakan alpha 5 % dikatakan signifikan apabila $< 0,05$ maka kuesioner dinyatakan tidak

valid. Untuk mengukur validitas kuisisioner yang diberikan kepada responden digunakan alat SPSS. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor item dengan skor totalnya. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Menurut Sujarweni (2015) hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel, dimana $df=n-2$ dengan signifikansi 5%, jika r tabel $<$ r hitung maka valid.

3.2.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat konsistensi hasil dari kuesioner. Jika kuesioner diuji pada waktu berbeda dengan responden yang sama, maka hasilnya harus konsisten. Uji reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama.

Suatu Instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai yang diperoleh $\geq 0,60$ (Ghozali dalam Lestari 2010). Tujuan dari validitas dan reliabilitas angket adalah untuk meyakinkan bahwa angket yang kita susun akan benar-benar baik dalam mengukur gejala dan data yang valid.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s_i}{s_t} \right]$$

Keterangan :

r_{11} : koefisien reabilitas instrument

K : banyaknya butiran pertanyaan

$\sum S_i$: jumlah varian skor tiap-tiap item

S_t : varian total

Dengan menggunakan rumus cronbach Alpha $\geq 0,60$ dapat dikatakan reliabel atau konsisten akan tetapi $\leq 0,60$ maka kuesioner dapat dikatakan tidak reliabel atau tidak konsisten

3.2.8.3 Uji Asumsi Klasik (Normalitas)

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah data yang kamu kumpulkan terdistribusi normal atau tidak. Distribusi normal diperlukan untuk menggunakan teknik regresi linier. Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov (karena jumlah sampel lebih dari 50 orang), serta didukung oleh analisis visual menggunakan Histogram dan Normal P-P Plot.

3.2.8.4 Uji t (Parsial)

Uji t (uji parsial) adalah salah satu jenis uji statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu variabel independen (X) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Kriteria ujinya yaitu:

- Jika t hitung \geq t tabel atau t hitung \leq t tabel, maka H_0 ditolak.

Berdasarkan signifikansi:

- Jika signifikansi $\geq 0,05$, maka H_0 diterima

- Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak

Untuk mengukur validitas kuisisioner yang diberikan kepada responden digunakan alat SPSS.