

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan inti dari sebuah studi karena menjadi fokus utama dalam proses pengumpulan dan analisis data. Dalam penelitian ini, objek yang dikaji adalah *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan minat nasabah menggunakan aplikasi DIGI. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Electronic Word of Mouth* (X), sedangkan variabel dependen adalah minat nasabah menggunakan aplikasi DIGI (Y).

Electronic Word of Mouth (E-WOM) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah informasi, ulasan, komentar, maupun rekomendasi mengenai aplikasi DIGI yang disampaikan melalui media elektronik seperti media sosial, forum online, maupun aplikasi pesan instan. Informasi tersebut dapat bersifat positif maupun negatif dan berpotensi memengaruhi persepsi serta ketertarikan nasabah terhadap penggunaan aplikasi.

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk (Bank BJB) Kantor Cabang Pembantu Panumbangan yang belum menggunakan aplikasi DIGI, namun pernah mendengar ulasan, membaca komentar, atau melihat rekomendasi mengenai aplikasi DIGI melalui media elektronik. Pemilihan responden tersebut bertujuan untuk mengetahui sejauh mana paparan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dapat

memengaruhi minat nasabah yang belum menggunakan aplikasi untuk mulai menggunakannya.

3.1.1 Sejarah Dan Profil Perusahaan



Gambar 3.1 Logo Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk

Sumber: PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten

PT. Bank Pembangunan Daerah Jabar dan Banten Tbk (bank BJB) merupakan salah satu bank pembangunan daerah yang memiliki peran strategis dalam mendukung pembiayaan pembangunan serta pertumbuhan ekonomi regional, khususnya di wilayah Provinsi Jawa Barat dan Provinsi Banten. Keberadaan Bank BJB tidak terlepas dari kebijakan nasional Pemerintah Republik Indonesia pada awal tahun 1960-an yang berfokus pada nasionalisasi perusahaan - perusahaan milik Belanda sebagai upaya memperkuat perekonomian nasional.

Bank BJB secara resmi didirikan pada 20 Mei 1961 dengan nama Bank KaryaPembangunan Daerah Jawa Barat, berdasarkan kebijakan Pemerintah Provinsi Jawa Barat untuk membentuk lembaga keuangan daerah yang berfungsi mengelola keuangan daerah serta meyalurkan pembiayaan pembangunan. Pada masa awal operasionalnya, bank ini berfokus pada penghimpunan dana masyarakat dan penyaluran kredit guna mendukung sektor-sektor ekonomi produktif di daerah.

Seiring perkembangan industri perbankan dan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan, bank ini mengalami berbagai penyesuaian kelembagaan. Pada tahun 1978, nama bank diubah menjadi Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat, yang menandai penguatan peran sebagai bank umum daerah. Selanjutnya, bank memperoleh status sebagai bank devisa, sehingga memiliki kewenangan melakukan transaksi valuta asing untuk mendukung aktivitas ekonomi dan perdagangan.

Pada tahun 1999, Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat mengubah bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT) sebagai upaya meningkatkan profesionalisme pengelolaan dan penerapan prinsip tata kelola perusahaan yang baik. Perubahan berikutnya terjadi dengan bergabungnya Pemerintah Provinsi Banten sebagai pemenang saham, sehingga nama bank resmi menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk (bank BJB). Bank BJB kemudian mencatat sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada 8 Juli 2010 dengan kode BJBR.

Saat ini, Bank BJB beroperasi sebagai bank umum yang menyediakan berbagai layanan perbankan, meliputi penghimpunan dana, penyaluran kredit, layanan transaksi keuangan, serta pengembangan layanan perbankan syariah dan digital. Dengan jaringan kantor yang luas, dukungan pemerintah daerah sebagai pemenang saham utama, serta komitmen terhadap inovasi dan pelayanan, Bank BJB terus berupaya memberikan kontribusi optimal bagi pembangunan daerah dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

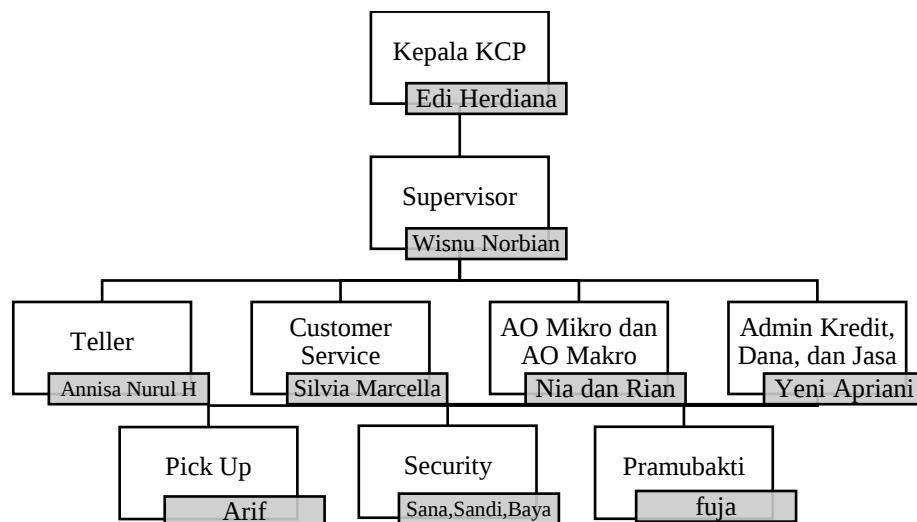
3.1.2.1 Visi

“Menjadi Bank Pilihan Utama Anda”

3.1.2.2 Misi

- 1) Memberikan kontribusi dan berpartisipasi sebagai penggerak dan pendorong laju perekonomian daerah.
- 2) Menjadi partner utama pemerintah daerah dalam pengelolaan keuangan.
- 3) Memberikan layanan terbaik kepada nasabah
- 4) Memberikan manfaat terbaik dan berkelanjutan kepada stakeholders.
- 5) Meningkatkan inklusi keuangan kepada masyarakat melalui digitalisasi perbankan.

3.1.3 Struktur Organisasi PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk, KCP Panumbangan



Gambar 3.2 Struktur Organisasi

Sumber: PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk KCP Panumbangan, 2026

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Pendekatan ini digunakan karena penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui pengukuran yang bersifat objektif serta analisis statistik. Data yang diperoleh akan diolah dalam bentuk angka untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2019:15).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei dilakukan dengan cara mengumpulkan data secara langsung dari responden melalui instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), sedangkan variabel dependen (Y) adalah minat nasabah menggunakan aplikasi DIGI.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang memiliki rekening aktif pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Panumbangan. Adapun responden yang dipilih sebagai sampel adalah nasabah yang memiliki rekening aktif namun belum menggunakan aplikasi DIGI, serta pernah mendengar ulasan, membaca komentar, atau melihat rekomendasi mengenai aplikasi DIGI melalui media elektronik.

Pemilihan responden tersebut dianggap tepat karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana paparan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dapat memengaruhi minat nasabah yang belum menggunakan aplikasi untuk mulai

menggunakannya. Dengan demikian, metode survei dinilai relevan untuk menguji hubungan antara variabel E-WOM dan minat nasabah secara kuantitatif.

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kuantitatif. Disebut asosiatif karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan sekaligus menguji pengaruh antara variabel independen, yaitu *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) (X) terhadap variabel dependen, yaitu minat nasabah menggunakan aplikasi DIGI (Y) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Panumbangan.

Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang diperoleh berupa angka-angka yang berasal dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik. Melalui metode ini, penelitian tidak hanya menggambarkan fenomena *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) yang beredar di media elektronik, tetapi juga membuktikan secara empiris apakah terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi DIGI.

Penelitian ini bersifat kausal karena bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan sebab akibat, yaitu apakah paparan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dapat memengaruhi tingkat minat nasabah yang belum menggunakan aplikasi DIGI untuk mulai menggunakannya.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)
<i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) (X)	<i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) adalah setiap pernyataan positif maupun negatif yang dibuat oleh konsumen aktual atau potensial mengenai suatu produk atau perusahaan yang tersedia bagi banyak orang melalui internet (Haliza dan Setyawan, 2025)	a. <i>Intensity</i> (Intensitas) 1. Informasi mengenai aplikasi DIGI sering ditemukan melalui media sosial. 2. Pembahasan atau diskusi antar pengguna mengenai aplikasi DIGI sering ditemukan di internet. 3. Informasi mengenai ulasan dan pembahasan aplikasi DIGI jarang ditemukan di media digital. b. <i>Valence of Opinion</i> (Valensi Opini) 1. Sebagian besar informasi mengenai aplikasi DIGI bersifat positif. 2. Rekomendasi dari orang lain tidak menimbulkan ketertarikan terhadap aplikasi DIGI c. <i>Content</i> (Isi Informasi) 1. Informasi mengenai fitur dan layanan yang tersedia pada aplikasi DIGI disampaikan dengan lengkap di media digital.	Ordinal

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)
		2. Informasi mengenai layanan aplikasi DIGI mudah dipahami. 3. Informasi mengenai biaya atau ketentuan pada aplikasi DIGI tidak disampaikan dengan jelas.	
Minat (Y)	Minat (<i>Intention</i>) adalah kecenderungan atau niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu yang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 2020).	a. Minat Transaksional 1. Terdapat keinginan untuk menggunakan aplikasi DIGI dalam melakukan aktivitas perbankan. 2. Aplikasi DIGI menarik untuk digunakan sebagai layanan transaksi digital 3. Tidak berminat menggunakan aplikasi DIGI transaksi keuangan sehari-hari. b. Minat Referensial 1. Bersedia merekomendasikan aplikasi DIGI kepada orang lain. Kesiapan memberikan saran positif 2. Bersedia menyampaikan pengalaman positif mengenai aplikasi DIGI kepada orang lain. 3. Tidak memiliki keinginan mengajak orang lain	Ordinal

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)
		menggunakan aplikasi DIGI. c. Minat Preferensial 1. Mempertimbangkan aplikasi DIGI sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi perbankan. 2. Aplikasi DIGI lebih menarik digunakan dibandingkan layanan perbankan digital lainnya. d. Minat Eksploratif 1. Tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai aplikasi DIGI. 2. Keunggulan aplikasi DIGI menimbulkan rasa ingin tahu lebih dalam. 3. Tidak aktif mencari ulasan atau referensi pengguna lain mengenai aplikasi DIGI.	

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka memperoleh data yang dibutuhkan, penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2019:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kondisi dan

pengalaman mereka. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai sumber data primer yang disebarakan kepada nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Panumbangan yang belum menggunakan aplikasi DIGI, namun pernah mendengar ulasan atau melihat rekomendasi mengenai DIGI melalui media elektronik. Pertanyaan dalam kuesioner dirancang berdasarkan indikator variabel *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan minat nasabah, dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana paparan informasi, komentar, dan rekomendasi di media sosial dapat memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan aplikasi DIGI.

2. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder berupa profil PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Panumbangan, jumlah nasabah yang memiliki rekening aktif, jumlah pengguna aplikasi DIGI, serta data pendukung lain yang berkaitan dengan perkembangan layanan digital banking di Bank BJB.

3. Observasi

Menurut (Sugiyono (2019:145), observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian untuk memperoleh informasi sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan selama kegiatan magang dengan mengamati kondisi pelayanan perbankan, interaksi nasabah dengan layanan digital, serta fenomena terkait penggunaan dan sosialisasi aplikasi DIGI di lingkungan kantor cabang. Observasi ini bertujuan untuk memberikan gambaran nyata mengenai

tingkat pemahaman dan ketertarikan nasabah terhadap layanan *digital banking*, khususnya aplikasi DIGI.

4. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses interaksi antara dua pihak yang dilakukan melalui kegiatan tanya jawab dengan tujuan untuk memperoleh informasi dan pemahaman yang komprehensif mengenai suatu topik penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara secara langsung dengan menggunakan pedoman pertanyaan yang telah disusun secara sistematis dan terstruktur. Pelaksanaan wawancara ini bertujuan untuk memperoleh data yang akurat, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Adapun informan yang dipilih adalah pihak yang memiliki kompetensi dan pemahaman terhadap objek penelitian, yaitu Supervisor Bank BJB KCP Panumbangan, sehingga data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah serta mendukung pencapaian tujuan penelitian.

5. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan kegiatan yang berkaitan dengan penelaahan berbagai kajian teoretis serta referensi lain yang relevan dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang dalam situasi sosial yang diteliti. Selain itu, studi kepustakaan memiliki peran penting dalam penelitian, karena setiap penelitian tidak terlepas dari penggunaan literatur ilmiah sebagai landasan. Dalam penelitian ini, penulis memperkuat data dengan mengkaji berbagai sumber pustaka, seperti buku, artikel ilmiah, serta jurnal yang berkaitan dengan topik penelitian yang sedang dikaji.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Untuk jenis dan sumber data yang diperlukan, pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan penelitian yang menekankan pada pengumpulan dan analisis data dalam bentuk angka atau variabel numerik. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) (X), sedangkan variabel dependen adalah Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi DIGI (Y). Data kuantitatif diperoleh melalui metode survei dengan menggunakan pertanyaan terstruktur dalam bentuk kuesioner. Responden diminta memberikan penilaian terhadap indikator *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) yang meliputi *intensity*, *Valence of Opinion*, dan *content*, serta indikator minat yang meliputi minat transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif. Jawaban responden kemudian diukur dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

b. Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan berasal dari dua sumber utama, yaitu:

1) Data Primer

Menurut Sugiyono (2019:8), data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama di lapangan dan diberikan kepada peneliti tanpa melalui perantara. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh

melalui penyebaran kuesioner tertutup kepada nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Panumbangan yang memiliki rekening aktif, belum menggunakan aplikasi DIGI, serta pernah memperoleh informasi atau ulasan mengenai DIGI melalui media elektronik. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert dengan lima kategori jawaban, yaitu: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Menurut Sugiyono (2019:152), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial.

Tabel 3.2 Skala Pengukuran

Jawaban Responden	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Tidak Setuju(STS)	1	5
Tidak Setuju (TS)	2	4
Netral (N)	3	3
Setuju (S)	4	2
Sangat Setuju (SS)	5	1

Setelah mendapatkan hasil data kuesioner dari responden berdasarkan sampel penelitian maka tahap yang selanjutnya dilakukan yaitu memeriksa dan mengelompokkan hasil pernyataan responden ke dalam skor yang telah ditentukan, kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada data tersebut. Karena hasil data skala likert merupakan data ordinal sedangkan analisis data menggunakan regresi linier sederhana membutuhkan data interval. Maka data yang terkumpul perlu diubah terlebih dahulu kedalam data interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI).

2) Data Sekunder

Selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder, yaitu data yang telah tersedia sebelumnya dan dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder digunakan untuk mendukung dan memperkuat pembahasan dalam penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini berupa:

- i. Data jumlah nasabah yang memiliki rekening aktif serta jumlah pengguna aplikasi DIGI pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Panumbangan.
- ii. Profil perusahaan dan informasi mengenai layanan digital banking pada Bank BJB yang diperoleh dari dokumen resmi.
- iii. Artikel, jurnal, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan minat nasabah sebagai landasan teoritis dalam penelitian.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Menuru Sugiyono (2019:130), populasi merupakan keseluruhan elemen atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi menjadi wilayah generalisasi yang menjadi dasar dalam pengambilan sampel penelitian. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk (Bank BJB) Kantor Cabang Pembantu Panumbangan yang telah memiliki rekening aktif, namun belum menggunakan aplikasi DIGI, yaitu sebanyak adalah 8.501 nasabah. Pemilihan

populasi ini disesuaikan dengan fokus penelitian yang mengkaji pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi DIGI.

Selain itu, populasi dalam penelitian ini juga dibatasi pada nasabah yang pernah mendengar informasi, melihat ulasan, atau memperoleh rekomendasi mengenai aplikasi DIGI melalui media sosial maupun sumber informasi lainnya. Hal ini dilakukan karena variabel independen dalam penelitian adalah E-WOM, sehingga responden harus memiliki paparan terhadap informasi atau opini terkait DIGI agar dapat memberikan penilaian yang relevan. Dengan demikian, populasi yang ditetapkan dianggap mampu memberikan gambaran mengenai bagaimana *Electronic Word of Mouth* memengaruhi minat nasabah untuk menggunakan aplikasi DIGI pada Bank BJB KCP Panumbangan. Generalisasi hasil penelitian tetap disesuaikan dengan lingkup populasi dan sampel yang diteliti.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Berdasarkan Sugiyono (2019:134), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dijadikan sebagai sumber data dalam penelitian. Sampel digunakan karena dalam praktiknya tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh anggota populasi, sehingga diperlukan sebagian populasi yang dianggap mampu mewakili keseluruhan karakteristik yang ada.

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang dapat digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu *probability* sampling dan *non probability*

sampling Sugiyono (2019:133). Menurut Sugiyono (2019:134), *probability* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Selanjutnya menurut Sugiyono (2019:136), *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel karena dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu.

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *non probability* sampling dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2019:138) adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena peneliti memerlukan responden dengan karakteristik khusus yang relevan dengan variabel *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan minat menggunakan aplikasi DIGI.

Adapun kriteria nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan yang memiliki rekening aktif.
- 2) Nasabah yang belum menggunakan aplikasi DIGI.
- 3) Nasabah yang pernah mendengar informasi, membaca ulasan, atau memperoleh rekomendasi mengenai aplikasi DIGI melalui media elektronik (*Electronic Word of Mouth*).

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk menghitung jumlah sampel yang akan digunakan. Rumus Slovin digunakan apabila jumlah populasi diketahui secara pasti Sugiyono (2019:137).

Berikut adalah rumus Slovin:

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

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel

Dalam penelitian ini digunakan tingkat kesalahan (*error*) sebesar 10%. Tingkat kesalahan 10% dipilih dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu, biaya, serta kemudahan dalam memperoleh responden di lapangan.

Penggunaan margin error 10% juga mempertimbangkan kemungkinan terjadinya ketidaksempurnaan dalam pengisian kuisioner oleh responden, seperti kurang teliti dalam membaca pertanyaan, memberi jawaban secara kurang tepat, ataupun kesalahan dalam memahami maksud pertanyaan yang diajukan. Oleh karena itu, tingkat kesalahan tersebut memberikan toleransi kemungkinan adanya variasi data yang diperoleh dari responden. Meskipun demikian, peneliti tetap menyadari bahwa penggunaan tingkat kesalahan 10% memiliki keterbatasan dalam hal tingkat presisi hasil penelitian.

Berdasarkan perhitungan dengan jumlah populasi 8.501 nasabah dan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh:

$$N = 8.501$$

$$e = 10\%$$

$$n = \frac{8501}{1 + 8.501(10\%)^2}$$

$$n = 98,83$$

$$n = 99$$

Dengan melibatkan 99 nasabah sebagai responden, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang representatif mengenai pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi DIGI pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian ini disusun sebagai kerangka dasar untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang akan diuji. Fokus penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi DIGI pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Panumbangan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif, karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu:

1. Variabel Independen (X)

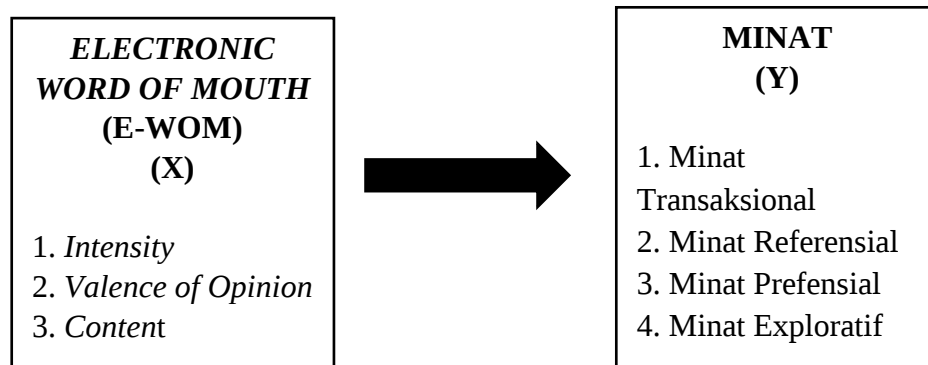
Variabel independen atau variabel bebas adalah faktor yang memengaruhi atau diduga menjadi penyebab timbulnya perubahan pada

variabel lain (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, variabel independen adalah *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) (X), yaitu komunikasi atau penyampaian informasi melalui media elektronik berbasis internet yang dapat berupa komentar, ulasan, maupun rekomendasi mengenai aplikasi DIGI. Variabel ini diukur melalui tiga dimensi utama menurut Pambudi (2022) , yaitu *intensity*, *Valence of Opinion* dan *content*.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, variabel dependen adalah Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi DIGI (Y). Minat dalam konteks ini mengacu pada teori *Intention* dari Ajzen (2020), yaitu kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu perilaku sebelum tindakan tersebut benar-benar dilakukan. Variabel minat diukur menggunakan dimensi menurut Aulia et al. (2023), yang meliputi: minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

Dengan demikian, model penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) (X) berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi DIGI (Y) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan. Berikut adalah model penelitian ini:



Gambar 3.3 Model Penelitian

3.2.5 Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a) Uji Validitas

Uji validitas bertujuan memastikan bahwa setiap item pernyataan dalam kuesioner benar-benar merepresentasikan variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap seluruh item pernyataan yang mengukur variabel *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) (X) dan Minat Menggunakan Aplikasi DIGI Bank BJB (Y). Pengujian ini penting agar data yang diperoleh benar-benar mencerminkan persepsi responden *terkait intensitas, Valence of Opinion, content* (pada variabel X), serta indikator minat menggunakan (pada variabel Y). Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Pearson Correlation*, dimana suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS.

b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi konsistensi dan keandalan instrumen pengukuran dalam menghasilkan hasil yang seragam. Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur menggunakan metode *Alpha Cronbach*, yang menilai konsistensi antar-item pada kuesioner. Nilai *Alpha Cronbach's* berkisar antara 0 hingga 1, dengan kriteria penafsiran sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,7$, data dianggap memiliki keandalan yang kuat.
- 2) Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$, data dianggap memiliki keandalan yang cukup.
- 3) Jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,6$, data dianggap belum dapat diandalkan.

Pengujian Reliabilitas dilakukan dengan bantuan SPSS.

2. Uji Statistik Deskriptif

Uji Statistik Deskriptif memberikan ringkasan tentang distribusi data, termasuk pengukuran pusat data seperti mean (rata-rata), median (nilai tengah), dan modus (nilai yang paling sering muncul). Analisis ini membantu peneliti memahami karakteristik utama data kualitatif dan kuantitatif, serta memberikan dasar untuk memahami variabilitas dan pola data.

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data yang diamati berdistribusi normal. Normalitas penting untuk memastikan bahwa analisis Statistik Parametrik dapat diterapkan dengan tepat. Pengujian normalitas dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan SPSS. Kriteria pengujiannya adalah:

- 1) Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, data berdistribusi tidak normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, data berdistribusi normal.

b) Uji *Heteroskedastisitas*

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi apakah varians residual bersifat konstan (homoskedastis) atau tidak konstan (heteroskedastis) antar pengamatan. Adanya heteroskedastisitas dapat menyebabkan estimasi koefisien regresi menjadi tidak efisien dan standar error menjadi bias, sehingga mengganggu validitas inferensi statistik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis scatterplot residual terhadap nilai prediksi (predicted value). Pengujian dilakukan dengan memvisualisasikan pola sebaran titik residual pada grafik *scatterplot* yang dihasilkan oleh SPSS. Kriteria interpretasi adalah sebagai berikut:

- 1) Jika titik-titik residual menyebar secara acak dan membentuk pola yang tidak menunjukkan pola kerucut, corong, atau pola sistematis lainnya, maka asumsi homoskedastisitas terpenuhi (tidak terdapat heteroskedastisitas).
- 2) Jika terdapat pola yang menunjukkan varians residual meningkat atau menurun secara sistematis (misalnya membentuk corong atau pola melengkung), maka terdapat heteroskedastisitas, dan model perlu dikoreksi lebih lanjut.

Pengujian ini memastikan bahwa model regresi yang digunakan bebas dari pelanggaran asumsi varians residual yang tidak konstan, sehingga hasil pengujian hipotesis dapat diandalkan.

4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi digunakan sebagai dasar dalam pengujian hipotesis pada penelitian kuantitatif. Model regresi linear sederhana dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh satu variabel independen (X) terhadap satu variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini:
 Variabel X: *Electronic Word of Mouth* (E-WOM)

Variabel Y: Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi DIGI Bank BJB

Melalui analisis ini, peneliti dapat menentukan arah hubungan, apakah positif atau negative serta mengukur seberapa besar pengaruh perubahan variabel X terhadap variabel Y dengan memanfaatkan data berskala interval atau rasio. Selain berfungsi untuk menjelaskan bentuk hubungan antar variabel, analisis ini juga digunakan untuk memprediksi

nilai variabel Y berdasarkan nilai variabel X yang diketahui, sehingga menjadikannya salah satu alat analisis yang banyak digunakan dalam penelitian untuk menguji teori atau hasil penelitian sebelumnya.

5. Uji Hipotesis

a) Uji T

Uji T digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Tujuannya adalah menentukan apakah setiap variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan SPSS, dengan kriteria:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 3) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

b) Uji Koefisiensi Determinasi

Uji ini memberikan informasi tentang seberapa baik model regresi linear dapat menjelaskan variasi pada variabel terikat. Koefisien determinasi menunjukkan proporsi variasi total pada variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai yang tinggi menunjukkan kualitas model yang baik.

3.2.6 Nilai Jenjang Interval (NJI) dan Klasifikasi Penilaian

Nilai Jenjang Interval (NJI) merupakan alat pengukuran yang digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk mengklasifikasikan data numerik menjadi kategori interpretatif yang lebih mudah dipahami. Dalam konteks penelitian manajemen pemasaran, seperti mengukur *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan Minat Nasabah pada layanan digital seperti aplikasi DIGI, NJI memungkinkan analisis yang lebih intuitif terhadap persepsi responden. Menurut Sugiyono (2019:214), penentuan klasifikasi untuk setiap indikator variabel dapat dilakukan melalui langkah-langkah sistematis guna mengubah skor total menjadi kategori interpretatif yang jelas dan objektif. Dalam penelitian ini, klasifikasi diterapkan pada indikator-indikator variabel independen (*Electronic Word of Mouth/X*) dan variabel dependen (Minat Nasabah/Y), dengan mempertimbangkan jumlah responden sebanyak 99 orang dan skala pengukuran Likert 5 tingkat (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju).

Langkah-langkah perhitungan adalah sebagai berikut:

- Nilai tertinggi setiap variabel (total skor maksimum): $99 \text{ responden} \times 5 = 495$
- Nilai terendah setiap variabel (total skor minimum): $99 \text{ responden} \times 1 = 99$
- Jumlah kategori penilaian: 5 (sangat tidak baik, tidak baik, cukup baik, baik, sangat baik)

Rumus Nilai Jenjang Interval (NJI) yang digunakan adalah:

$$\begin{aligned} \text{NJI} &= \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}} \\ &= \frac{495 - 99}{5} \end{aligned}$$

$$= 79,2$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa panjang setiap interval adalah 79,2 poin. Interval ini kemudian digunakan untuk membagi rentang skor total (99 hingga 495) menjadi lima kelompok yang setara, sehingga memungkinkan interpretasi deskriptif yang konsisten terhadap persepsi responden.

Klasifikasi penilaian untuk setiap indikator adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Klasifikasi Penilaian untuk Setiap Indikator

Nilai	Klasifikasi Penilaian
99 – 178	Sangat Tidak Baik
179 – 258	Tidak Baik
259 – 338	Cukup Baik
339 – 418	Baik
419 – 495	Sangat Baik

Klasifikasi ini bersifat absolut dan diterapkan secara seragam untuk semua indikator pada kedua variabel (*Electronic Word of Mouth* dan Minat Nasabah), sehingga memudahkan perbandingan antar-indikator. Kategori menggunakan istilah netral dan progresif ("Sangat Tidak Baik" hingga "Sangat Baik") agar sesuai dengan konteks persepsi nasabah terhadap layanan perbankan digital. Istilah ini dapat disesuaikan lebih lanjut jika diperlukan (misalnya "Sangat Rendah" hingga "Sangat Tinggi"), tetapi tetap mempertahankan lima tingkatan untuk konsistensi dengan skala Likert.

Pendekatan ini memastikan interpretasi data kuesioner lebih bermakna, terutama dalam menggambarkan tingkat *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) yang beredar mengenai aplikasi DIGI dan minat nasabah dalam menggunakannya di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk, KCP Panumbangan.

Secara keseluruhan, NJI merupakan metode yang relevan untuk penelitian kuantitatif di bidang ekonomi dan bisnis, karena menggabungkan presisi numerik dengan interpretasi kualitatif. Pendekatan ini telah terbukti kredibel dalam berbagai studi, seperti analisis kepuasan nasabah perbankan digital (Huwaida et al., 2024).