

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan yang terdaftar dan aktif di PT. Bank Perekonomian Rakyat Bandung Kidul kantor pusat pangalengan, serta bentuk layanan (*Service Excellence*) yang diberikan oleh pihak bank. Fokus penelitian adalah untuk mengkaji pengaruh *service excellence* terhadap loyalitas nasaabah dalam konteks produk tabungan.

Objek ini dipilih karena berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan pihak bank, terdapat indikasi bahwa loyalitas nasabah terhadap produk tabungan mengalami fluktuasi, yang dapat yang di sebabkan oleh kualitas pelayanan yang di rasakan oleh nasabah. Oleh karena itu, objek penelitian ini di anggap relevan untuk mengungkap sejauh mana pelayanan prima mempengaruhi loyalitas nasabah pada produk tabungan.

3.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan

PT. Bank Perekonomian Rakyat Bandung Kidul adalah lembaga keuangan mikro yang berkomitmen untuk memberikan solusi perbankan yang inovatif dan terpercaya bagi masyarakat di wilayah Bandung Selatan dan sekitarnya. Berdiri sejak Keputusan Menteri Keuangan RI No.KEP/270/KM. 17/1993 tanggal 24 November 1993 PT. BPR Bandung Kidul mendapat izin usaha untuk pelaksanaan operasional., hadir untuk menyediakan layanan perbankan yang memudahkan akses

keuangan bagi individu, para peternak anggota KPBS dan masyarakat pada umumnya serta pelaku usaha kecil.

Sebagai Bank Perkreditan Rakyat (BPR), menawarkan berbagai produk dan layanan seperti simpanan, kredit, dan layanan transaksi lainnya dengan fokus pada pelayanan yang ramah dan profesional. Dengan pengalaman lebih dari 30 tahun, PT. BPR Bandung Kidul berkomitmen untuk terus berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat, serta menjadi mitra keuangan yang membantu nasabah di setiap langkah kehidupan finansial mereka. Didirikannya PT. BPR Bandung Kidul itu merupakan realisasi dari kepedulian pengurus KPBS (Koperasi Peternakan Bandung Selatan) dan tokoh masyarakat di Pangalengan terhadap para peternak sapi, sebab untuk mengembangkan usaha para peternak agar lebih maju maka dinilai perlu adanya suatu jasa perbankan. maka tiga orang pengurus KPBS diantaranya Bpk. Dr. H. Daman Danuwijaya, Bpk. H. Engkun Maskundan Bpk.H. Aman Sulaiman menghubungi Bpk. H. Sosja Sonjaya., SE untuk memfasilitasi pembentukan jasa perbankan di daerah Pangalengan.

Setelah dinilai sangat perlu dan pembahasan yang panjang, Maka pada akhir bulan Desember 1992 Sepakat untuk mendirikan sebuah Bank Perkreditan Rakyat yang selanjutnya ke empat tokoh tersebut menghubungi Bpk. HW Hermansyah., SE .beliau adalah salah satu yang kala itu masih bertugas dan menjabat di salah satu Bank ternama yaitu Bank BRI untuk membahas bagaimana tata cara mengurus atau menyelesaikan pendirian Bank yang dijelaskan diatas. Maka Pada tanggal 8 Januari 1993 didirikan sebuah Bank dengan nama Bank Perkreditan Rakyat Bandung Selatan dengan akta notaris No. 27/8 Januari/1993,

selanjutnya dengan nama itu telah ada, maka atas persetujuan Menteri Kehakiman RI No. 02/621 HT.01.01/1994 dan selanjutnya dirubah menjadi BPR Bandung Kidul, sesuai dengan Keputusan Menteri Keuangan RI No. KEP/270/KM. 17/1993 tanggal 24 November 1993 PT. BPR Bandung Kidul mendapat izin usaha untuk pelaksanaan operasional.

Pada tanggal 3 Januari 1994 mulai dioperasikannya PT.BPR Bandung Kidul untuk melaksanakan operasional perbankan sesuai dengan ketentuan yang berlaku yaitu dalam melayani kebutuhan dana yang berbentuk kredit kepada para peternak anggota KPBS dan masyarakat pada umumnya. Dengan seiringnya waktu dan semakin tingginya kebutuhan tentang perekonomian di lingkungan masyarakat maka dengan itu PT. BPR Bandung Kidul telah mendapat kepercayaan dari Nasabah. setelah 20 Tahun Berdirinya PT. BPR Bandung,sekarang Nasabah PT. BPR Bandung Kidul sudah Lebih dari 10.000 Orang, dan membuka Cabang di Cibeureum Kec. Kertasari

Kantor Cabang Cibeureum merupakan Kantor Cabang Pertama dari PT. BPR Bandung Kidul terletak di daerah Cibeureum Kec. Kertasari. Pendirian PT. BPR Bandung Kidul Cabang Cibeureum diresmikan Pada Tanggal 12 Oktober 2004 Oleh Bp. HW Hermansyah., SE Selaku Direktur Utama dan Bp. Aman Sulaeman Selaku Ketua Umum KPBS Pangalengan pada saat itu. Pengenalan Kantor PT. BPR Bandung Kidul Cabang Cibeureum ini di rasa sangat diperlukan karena selain dapat mengidentifikasi tempat operasional juga dapat memberikan pelayanan dari PT. BPR Bandung kidul Cabang Cibeureum. Jumlah karyawan dan Staf PT. BPR Bandung Kidul Cabang Cibeureum sampai saat ini berjumlah 9 Orang Karyawan

yang beroperasi di kantor Cabang mulai dari Pimpinan Cabang sampai Security. Seiring berjalannya waktu dan bertambahnya kepercayaan Masyarakat, Tokoh, dan Nasabah di Wilayah Kertasari Kepada BPR Bandung Kidul Cabang Cibereum, maka sampai saat ini PT. BPR Bandung Kidul Cabang Cibereum masih bertahan dan Masih bisa berkesempatan besar untuk bisa memajukan perekonomian di wilayah wilayah Kec. Majalaya, Kec. Ciparay dan Kec. Kertasari khususnya.

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi PT BPR Bandung Kidul

Menciptakan industri BPR yang sehat, kuat dan produktif sehingga memiliki daya saing tinggi dalam melayani usaha mikro dan kecil.

b. Misi PT BPR Bandung Kidul

Melaksanakan fungsi intermediasi sebagai lembaga keuangan dengan cara menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada pengusaha mikro dan kecil.

3.1.3 Makna dan Logo



Gambar 3. 1 Logo PT BPR Bandung Kidul

Sumber: PT BPR Bandung Kidul, 2026

Logo PT BPR Bandung Kidul memiliki makna filosofis yang mencerminkan nilai, visi, dan komitmen perusahaan sebagai lembaga keuangan yang berorientasi pada pelayanan masyarakat. Logo tersebut didominasi oleh warna hijau tua dengan bentuk persegi yang sederhana namun bermakna kuat.

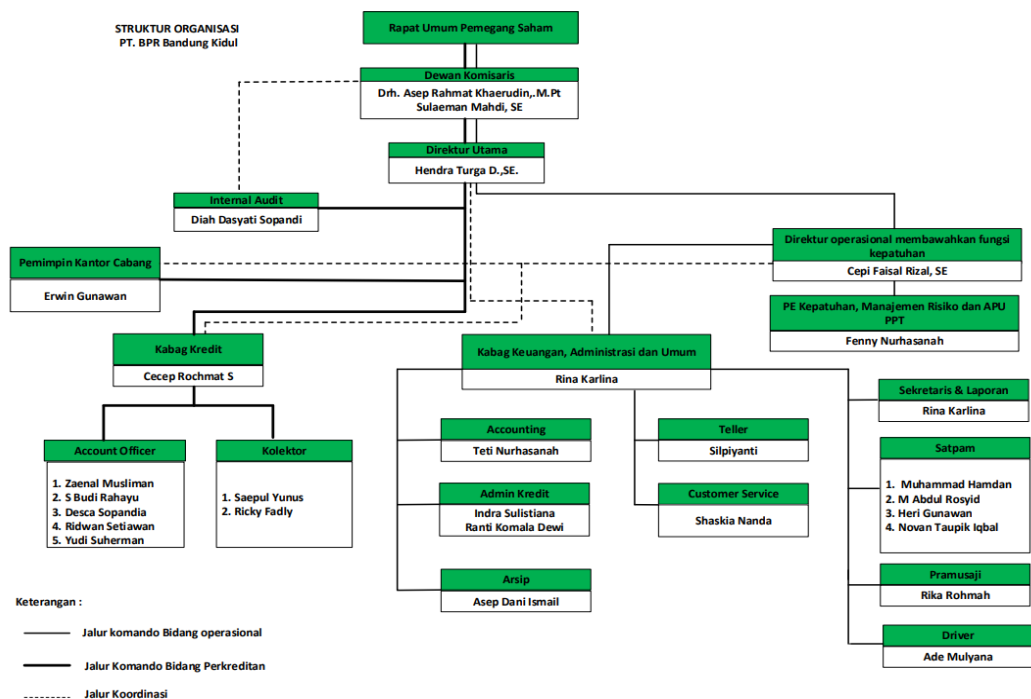
Warna hijau tua melambangkan kepercayaan, stabilitas, dan ketenangan, yang merupakan nilai utama dalam dunia perbankan. Selain itu, warna hijau juga mencerminkan pertumbuhan, kesejahteraan, dan keberlanjutan, sejalan dengan peran PT BPR Bandung Kidul dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat, khususnya anggota KPBS dan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Warna ini menunjukkan komitmen perusahaan untuk tumbuh bersama masyarakat secara berkesinambungan.

Bentuk persegi pada logo melambangkan kekuatan, kestabilan, dan keamanan. Bentuk ini mencerminkan fondasi perusahaan yang kokoh serta tata kelola yang baik dan profesional. Persegi juga menggambarkan keteraturan dan konsistensi PT BPR Bandung Kidul dalam menjalankan kegiatan operasionalnya sesuai dengan prinsip kehati-hatian perbankan.

Kesederhanaan desain logo menunjukkan bahwa PT BPR Bandung Kidul mengedepankan fokus pada fungsi dan kualitas pelayanan, serta mencerminkan sikap profesional dan mudah dikenali oleh masyarakat.

Secara keseluruhan, logo PT BPR Bandung Kidul merepresentasikan citra perusahaan sebagai lembaga keuangan yang terpercaya, stabil, profesional, serta berorientasi pada pertumbuhan dan kesejahteraan masyarakat.

3.1.4 Struktur Organisasi PT BPR Bandung Kidul



Gambar 3. 2 Struktur Organisasi PT BPR Bandung Kidul

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan verifikatif. Menurut Sugiyono, (2021:8) istilah “penelitian kuantitatif “ mengacu pada filsafat

positivisme dan di gunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, dan menganalisis data secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditemukan.

Metode kuantitatif digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini tentang keyakinan pendapat karakteristik perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu teknik mengumpulkan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana setiap variabel penelitian diukur secara konkret berdasarkan indikator yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan dua variabel utama, yaitu *service excellence* sebagai variabel independen atau variabel (X) dan loyalitas nasabah sebagai variabel dependen atau variabel (Y). Seluruh indikator dalam penelitian ini diukur menggunakan skala Likert, skala ini digunakan untuk mengukur persepsi dan penilaian responden terhadap *service excellence* dan tingkat loyalitas yang mereka miliki terhadap PT Bank Perekonomian Rakyat Bandung Kidul.

Tabel 3. 1**Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Service Excellence (X) Variabel independen	Service Excellence (X) Service excellence adalah upaya perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang melebihi harapan pelanggan melalui sikap, kemampuan, perhatian, tindakan, tanggung jawab, dan penampilan karyawan sehingga tercipta kepuasan pelanggan.	Tangibles	Fasilitas, fisik, perlengkapan, penampilan pegawai profesional.	Skala Ordinal
		Reliability	Kemampuan memberikan layanan yang baik secara andal dan akurat.	
		Responsiveness	Kesediaan membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat.	
		Assurance	Pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan menimbulkan kepercayaan rasa aman.	

		Empathy	Memberikan perhatian yang tulus yang bersifat individual kepada pelanggan.	
Loyalitas Nasabah (Y) Variabel devenden	oyalitas Nasabah (Y) Loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah untuk tetap menggunakan produk dan jasa perusahaan secara berkelanjutan, melakukan pembelian ulang, serta merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.	Retensi	Nasabah tetap dana dalam tabungan di bank yang sama	Skala Ordinal
		Repeat purchase	Nasabah menggunakan kembali layanan atau pembelian produk di bank yang sama	
		Resistence to switch	Nasabah btidak tertarik untuk berpindah ke bank lain	
		Word of mounth	Nasabah merekomndasikan layanan kepada kluarg, ateman dan orang lain.	
		Referensi merek	Nasabah memiliki preferensi terhadap layanan BPR di banding kompetitor.	

Variabel indeviden yaitu *service excellence* mengacu pada teori dari Barata, (2013:27) dan yang di perkuat dengan teori Parasuraman, Zeithaml, Berry, (1990:20) yang mengembangkan model SERVQUAL. Model ini mencakup lima dimensi utama dalam menilai kualitas pelayanan yakni *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*. Dimensi dipilih karena mampu menggambarkan secara menyeluruh bagaimana persepsi nasabah terhadap pelayanan yang di berikan oleh pihak bank, khususnya dalam konteks pelayanan tabungan. Juga di perkuat dengan penelitian terdahulu dari (Karmana & Arimbi Ainun Putri 2025) yang dimana sejalan dengan penelitian ini menggunakan teori Parasuraman, Zeithaml, Berry, (1990:20) yang mengembangkan model SERVQUAL. Untuk dimensi yang di gunakan pada Variabel indeviden atau variabel *service excellence*.

Sementara itu, variabel devenden yaitu loyalitas nasabah mengacu pada teori Tjipto (2019:131) dan yang di perkuat dengan pendekatan perilaku pelanggan dari Lovelock, wirtz, dan Mussry (2010:76), yang menjelaskan bahwa loyalitas dapat di identifikasikan melalui prilaku seperti pembelian ulang, keengganan berpindah ke kompetitor, kebiasaan menggunakan layanan, serta adanya rekomendasi positif kepada orang lain. Loyalitas pada produk tabungan sangat penting karena merupakan dana pihak ketiga (DPK) yang menjadi sumber dana utama bagi bank.

Kedua variabel memiliki keterkaitan yang erat dimana pelayanan yang unggul dan konsisten di harapkan dapat menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, membangun kepercayaan, serta membangun kepercayaan. Dalam jangka

panjang pengalaman tersebut dapat membentuk loyalitas nasabah untuk terus menggunakan produk tabungan di bank yang sama, merekomendasikannya kepada orang lain serta tidak mudah berpindah ke kompetitor meskipun ada penawaran yang lebih tinggi. Oleh karena itu penelitian ini penting di lakukan untuk menguji secara empiris sejauh mana *Service Excellence* berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada produk tabungan di PT Bank Perekonomian Rakyat Bandung Kidul.

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan berbagai teknik pengumpulan data untuk membuat data yang di kumpulkan relevan dengan masalah penelitian:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian sehingga dapat menggambarkan secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut dalam penelitian ini penulis melakukan observasi secara langsung dan wawancara mendalam di PT Bank Perekonomian Rakyat Bandung Kidul untuk mendapatkan data-data yang diperlukan untuk penelitian.

2. Kuisisioner tertutup

Kuesioner tertutup adalah bentuk angket di mana setiap pertanyaan sudah disertai dengan alternatif jawaban yang paling sesuai dengan pendapat atau pengalaman penggunaan kuisisioner tertutup dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang terukur dan mudah diolah secara sistematis

guna mengukur hubungan antar variabel *service excellence* dan loyalitas nasabah.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah dokumen peristiwa yang telah terjadi dokumen dapat berupa tulisan gambar atau karya besar dari seseorang metode yang digunakan peneliti adalah dengan mengumpulkan data atau informasi secara tertulis melalui foto dari tindakan yang dilakukan customer service selama proses penyetoran atau penarikan tabungan.

4. Studi Kepustakaan

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berasal dari jurnal penelitian, artikel, penelitian terdahulu seperti skripsi, tesis, disertasi maupun data dari situs internet yang sesuai dengan masalah yang hendak dikaji.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang di gunakan didalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang di kumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari subjek. Data Primer peneliti di peroleh dari nasabah dan dari satu *customer service* PT Bank Perekonomian Rakyat Bandung Kidul.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di ambil dari pihak kedua atau sumber sekunder yang kita butuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini data sekunder yang penulis ambil yaitu.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Populasi mencakup semua karakteristik atau sifat yang dimiliki objek atau objek yang di pelajari bukan hanya jumlah yang ada padanya. Populasi juga mencakup semua benda dan benda alam lainnya termasuk manusia.

Tujuan dari memiliki populasi ini adalah untuk mempermudah penentuan besarnya sampel yang di ambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi karena, menurut Sugiyono, (2019:126) populasi adalah generalisasi yang terdiri akan obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Yang menjadi subjek dalam penelitian ini yaitu nasabah tabungan PT Bank Perekonomian Rakyat Bandung Kidul.

Dalam hasil studi pendahuluan yang peneliti lakukan yaitu populasi yang di hasilkan melalui wawancara terhadap pihak bank bagian *customer service*, nasabah yang mengambil produk tabungan pada Bank Perekonomian Rakyat Bandung Kidul sebanyak 599 nasabah umum terhitung dari bulan Januari 2025 sampai Desember 2025.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Sebagai bagian dari populasi, sampel adalah bagian dari populasi. Menurut Sugiyono, (2019:126) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang

dimiliki oleh populasi tersebut” Dalam kasus dimana populasi meneliti terlalu besar dan tidak memungkinkan penleiti untuk mempelajari semua aspek populasi, seperti karena keterbatasan dan, tenaga atau waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di kumpulkan dari populasi untuk mempelajari semua aspek populasi. Untuk mendapatkan sampel yang representatif dan mewakili keadaan populasi sepenuhnya, di perlakukan teknik pengambilan sampel yang tepat.

Metode pemilihan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah *purposif sampling*, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan khusus yang telah di tetapkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini yaitu Nasabah tabungan aktif di PT Bank Perekonomian Rakyat Bandung Kidul, nasabah yang prrnah melakuakn transaksi langsung di PT Bank Perekonomian Rakyat Bandung Kidul, nasaabah yang telah menjadi nasabah inimal 2 bulan sehingga sudah memiliki pengalaman terhadap pelayanan di PT Bank Perekonomian Rakyat Bandung Kidul, nasabah yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuisisioner secara lengkp. Metode ini di pilih karena peneliti ingin memperoleh responden yang di angap paling memahami permasalahan serta selaras dengan tujuan peneliti. Pandangan ini sejalan dengan pendapat Sugiyono, (2019:126) yang menyatakan bahwa *purposif sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, biasanya di gunakan dalam penelitian kuantitatif atau eksploratif, dimana subjek yang di pilih adalah mereka yang di anggap paling relevan atau memiliki pengetahuan terhadap objek yang diteliti. Perhitungan dilakukan menggunakan rumus slovin, yang merupakan salah satu teori penarikan sampel yang paling umum. Rumus ini di pakai untuk menentukan jumlah sampel representatif sehingga

temuan peneliti dapat digeneralisasikan, dan tidak memerlukan tabel jumlah sampel. Dengan menggunakan rumus slovin untuk menentukan cara pengambilan sampel, sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

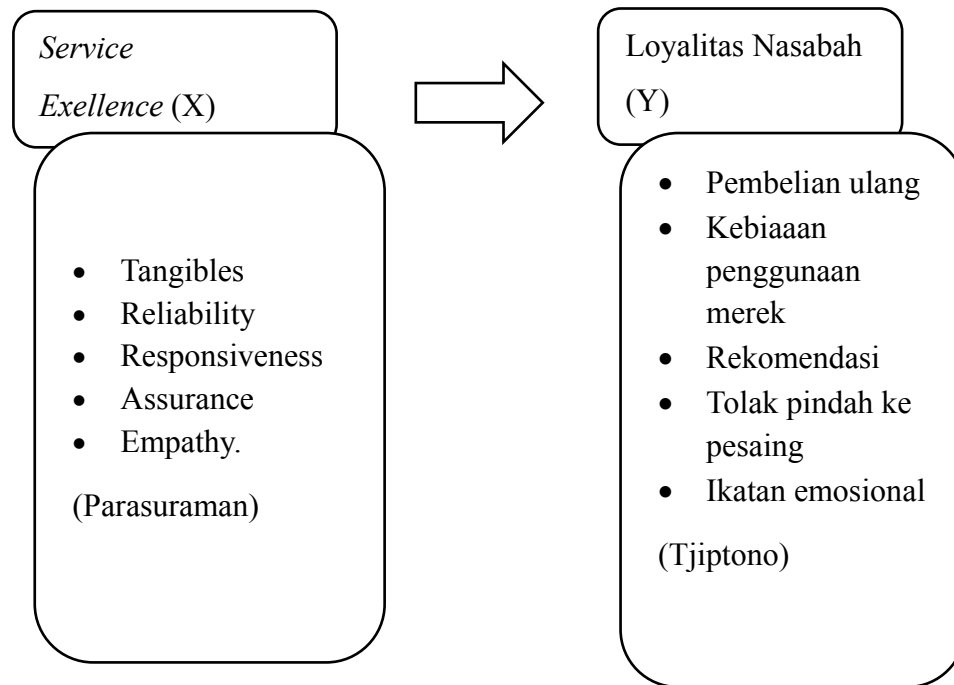
N = Jumlah Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

$$n = \frac{599}{1 + 599 \cdot (0,1)^2}$$

Dari perhitungan di atas di hasilkan bahwa n=86 sehingga sampel yang di ambil untuk mengisi data kuisioner sejumlah 86 nasabah tabungan umum.

3.2.4 Model Penelitian



Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Menggunakan kuisioner sebagai media pengumpul, teknik survei digunakan untuk mengumpulkan data lapangan tentang suatu objek. Sampel dipilih dari satu populasi. Penelitian ini memakai metode deskriptif untuk menilai pengaruh program promosi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan. Studi kasus yang digunakan adalah Bank Perekonomian Rakyat Bandung Kidul.

3.2.5 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif adalah jenis analisis yang menggunakan bantuan

statistik untuk menganalisis data dengan menggambarkan secara visual sementara itu analisis kuantitatif adalah jenis analisis yang menggunakan bantuan statistik untuk menganalisis angka-angka yang dikumpulkan mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Setiap pertanyaan maupun pernyataan mempunyai 5 alternatif jawaban dengan bobot alternatif jawaban sebagai berikut:

Sangat setuju (SS)	: Diberi skor 5
Setuju (S)	: Diberi skor 4
Netral (N)	: Diberi skor 3
Tidak setuju (TS)	: Diberi skor 2
sangat tidak setuju (STS)	: Diberi skor 1

Untuk mengetahui kategori penilaian responden terhadap variabel *service excellence* dan loyalitas nasabah digunakan analisis deskriptif dengan jenjang interval, dengan skala likert setiap jawaban responden di beri skor mulai dari 1 sampai dengan 5 dimana skor tertinggi menunjukkan penilaian paling positif, penentuan interval di lakukan dengan rumus menurut Sugiono (2019:93):

$$I = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah kelas}}$$

Berdasarkan skala likert yang di gunakan, diketahui skor tertinggi adalah 5 dan terendah adalah 1 dengan jumlah kelas 5, sehingga

$$I = \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0,8$$

Berdasarkan hasil perhitungan, maka di peroleh klasifikasi kategori penilaian yang digunakan untuk menginterpretasikan nilai rata-rata jawaban responden yaitu:

1. 1,00-1,80 (Sangat Tidak Baik / Sangat Tidak Setuju) mengindikasikan bahwa pelayanan atau kondisi yang dirasakan belum memenuhi harapan responden bahkan cenderung mengecewakan.
2. 1,81 – 2,60 (Tidak Baik / Tidak Setuju) mengindikasikan bahwa pelayanan atau kondisi yang dirasakan belum memenuhi harapan responden.
3. 2,61 – 3,40 (Cukup) mengindikasikan bahwa pelayanan atau kondisi yang dirasakan sudah berjalan namun masih perlu perbaikan agar dapat lebih memenuhi harapan responden.
4. 3,41 – 4,20 (Baik / Setuju) mengindikasikan bahwa pelayanan atau kondisi yang ada telah mampu memenuhi harapan responden dengan cukup memuaskan.
5. 4,21 – 5,00 (Sangat Baik / Sangat Setuju) mengindikasikan bahwa Pelayanan atau kondisi yang dirasakan telah melebihi harapan responden dan memberikan tingkat kepuasan yang sangat baik.

Nilai rata-rata jawaban responden akan di klasifikasikan ke dalam interval untuk mengetahui tingkat penilaian terhadap variabel *service excellence* dan loyalitas nasabah.

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa seberapa tepat instrumen atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan seberapa berpengaruh dari variabel penelitian sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien hitung $\geq r_{\text{tabel}}$.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil penelitian atas dasar waktu yang berbeda semua item yang valid akan dilakukan uji reliabilitas yaitu pengujian yang bertujuan untuk melihat tingkat kehandalan dari item yang valid dalam menentukan variabel pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai alfa cronbach dengan 0,6 kriteria pengujian adalah:

1. Jika Alfa cronbach dengan $\geq 0,6$ maka realibilitas/handal
2. Jika Alfa cronbach dengan $\leq 0,6$ maka tidak reabilitas/handal

2. *Method of Successive Interval (MSI)*

Analisis Method Of Successive Interval (MSI) digunakan untuk mengubah data yang berskala ordinal menjadi skala interval. Method of successive interval (MSI) menurut Sugiyono (2013:25), langkah-langkah dilakukan dalam MSI sebagai berikut :

1. Perhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang disebar
2. Pada setiap butir ditentukan beberapa orang yang mendapatkan skor 1,2,3,4,5 dan dinyatakan dalam frekuensi
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi.

4. Tentukan nilai proporsi kumulatif dengan jalan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan perkolom skor.
5. Gunakan tabel distribusi normal, dihitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.
6. Tentukan nilai tinggi densitas untuk setiap Z yang diperoleh (dengan menggunakan tabel densitas)
7. Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus :

$$SV = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{Kepadatan batas atas}}{\text{Daerah di bawah batas atas} - \text{Daerah di bawah batas bawah}}$$

3. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan tahap awal dalam proses pengolahan data penelitian yang bertujuan untuk inemberikan gambaran umum mengenai karakteristik data yang telah dikumpulkan. Melalui analisis ini, peneliti dapat memahami kondisi data secara menyeluruh sebelum melanjutkan ke tahap analisis yang lebih lanjut, seperti uji asumsi klasik maupun pengujian hipotesis. Statistik deskriptif membantu menyajikan data dalam bentuk yang lebih sistematis dan mudah dipahami sehingga dapat menunjukkan kecenderungan, penyebaran, serta pola distribusi data yang diperoleh dalam penelitian. 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), (Ghozali, 2018:19).

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menguji apakah data yang diamati memiliki distribusi normal. Dalam konteks ini, normalitas penting untuk memastikan bahwa analisis statistik yang lebih lanjut, seperti uji para metrik, dapat diterapkan dengan tepat. Normalitas dapat diuji dengan metode seperti uji Kolmogorov-Smirnov. Uji kolmogorov smirnov adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Penerapan pada uji kolmogorov smirnov adalah bahwa jika signifikansi di bawah 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal.

Dalam pengujian ini peneliti menggunakan rumus program komputer SPSS 27,0 for windows. Adapun ketentuan kriteria uji normalitas sebagai berikut:

6. Nilai signifikan atau nilai probabilitas $\leq 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.
7. Nilai signifikan atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

Selanjutnya untuk pengujian normalitas yang dilakukan dengan menggunakan rumus SPSS 25, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi atau sig.(2-tailed) $< 0,05$ maka data tersebut berdistribusi tidak normal.
2. Jika nilai signifikansi atau sig.(2-tailed) $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal.

Selanjutnya untuk pengujian normalitas yang dilakukan dengan menggunakan rumus SPSS 26 dengan langkah-langkah sebagai

berikut:

- 1) Aktifkan program SPSS
- 2) Klik Variable View dan buat data, lalu pada kolom Descimals ubah semua angka menjadi 0 dan pada kolom Measure pilih Scale.
- 3) Klik Data View, masukkan data dari hasil variabel yang sudah dihitung pada halaman Data View.
- 4) Klik Analyze, kemudian klik Regresion lalu Linier.
- 5) Masukkan variabel Y ke Dependent list lalu klik Plots, kemudian klik bagian Normality Plots with Tests lalu klik Continue.
- 6) Muncul Output uji normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mengevaluasi apakah variabilitas dari kesalahan pengukuran dalam model regresi tidak konstan. Uji ini penting untuk memastikan kecocokan model regresi yang dihasilkan. Scatterplot adalah metode yang dapat digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas dan juga menggunakan uji glejser adalah uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregres absolut residual. Dasar pengambilan keputusan dengan uji glejser adalah:

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

5. Analisis Regresi Linar Sederhana

Regresi linear sederhana yaitu untuk mengetahui berapa baik hubungan sebab akibat antara variabel antara variabel faktor penyebab dan variabel akibatnya regresi linear sederhana digunakan faktor penyebab biasanya digambarkan dengan x atau prediktor dan variabel akibat biasanya digunakan dengan y atau response. Menurut Sugiyono, (2019:260) analisis regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fundamental atau krusial dan digunakan dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana variabel dependen dan variabel independen berinteraksi satu sama lain sebelum analisis data perlu diubah dari ordinal menjadi data interval menggunakan analisis metode Suksesif interval (MSI). Metode Suksesif interval melakukan langkah-langkah berikut:

- a. Perhatian setiap butir jawaban responden dari angket yang disebar
- b. Pada setiap butir ditentukan berapa orang yang mendapatkan skor 1, 2, 3, 4, 5 dan dinyatakan dalam frekuensi
- c. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi
- d. Tentukan nilai proporsi kumulatif dengan jalan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan pada kolom skor
- e. Gunakan tabel distribusi normal dihitung nilai z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh

- f. Tentukan nilai tinggi identitas untuk setiap cat yang diperoleh (dengan menggunakan tabel densitas)

Rumus :

$$sv = \frac{\text{kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah dibawah atas} - \text{daerah dibawah batas bawah}}$$

a. Persamaan regresi

Secara umum persamaan regresi sederhana menurut Sugiono 2019 dirumuskan sebagai berikut:

$$Yb = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = variabel devenden

X = variabel independen

a = nilai konstanta yaitu nilai y jika x = 0

b = koefisien regresi

e = error (gagal atau residual)

b. Koefisien korelasi

Analisis korelasi merupakan salah satu teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat kuantitatif Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara

variabel kualitas service excellence (X) dengan variabel kepuasan nasabah (Y), koefisien korelasi akan selalu sebesar: $-1 \leq r \leq +1$, rumus yang digunakan adalah rumus korelasi pearson, digunakan untuk menentukan besarnya koefisien korelasi jika data yang digunakan berskala interval atau rasio. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel *coefficients*. Biasanya dasar pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf signifikannya sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun kriteria dari uji statistik (Ghozali, 2018:97):

jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat hubungan signifikan positif antara variabel (X) dengan variabel (Y). Sebaliknya, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat hubungan signifikan positif antara Variabel (X) dengan Variabel (Y).

c. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen (Variabel bebas) terhadap variabel dependen (Variabel terikat).

1. Uji t (Uji parsial)

Uji t atau uji parsial dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh suatu variabel independen secara parsial terhadap variasi variabel dependen. Dasar pengambilan kesimpulan pada uji t yaitu:

- a. Apabila nilai t hitung $<$ tabel dan jika probabilitas (signifikan) $> 0,005\%$ (α) maka H_0 diterima, artinya variabel independen secara parsial (individual) tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

- b. Apabila nilai t hitung $>$ tabel dan jika propitabilitas (signifikan) $< 0,005\%$ (α) maka H_0 ditolak, artinya variabel indeviden secara parsial (individual) mempengaruhi variabel devenden secara signifikan.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dan variabel dependen. untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau kekuatan variabel independen dalam mengetahui variabel dependen maka digunakan analisis koefisien determinasi. Koefisien determinasi dapat dicari dengan menggunakan rumus:

$$Kd = r^2 \times 100 \%$$

Keterangan:

KD = koefisien determinasi = koefisien korelasi

Kriteria untuk koefisien determinasi adalah:

1. Jika Kd mendekati nol (0), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
2. Jika Kd mendekati satu (1), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.