

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah *e-service quality* dan kepuasan nasabah. *E-service quality* dalam penelitian ini mencakup persepsi nasabah terhadap kualitas layanan elektronik yang diberikan melalui sistem digital, yang diukur berdasarkan aspek efisiensi, keandalan, pemenuhan layanan, keamanan, daya tanggap, privasi, kompensasi, dan kontak. Sementara itu, kepuasan nasabah merupakan respons evaluatif yang muncul setelah menggunakan layanan, yang mencerminkan tingkat kesesuaian antara harapan dengan kinerja layanan yang dirasakan. Penelitian ini dilakukan pada nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna yang menggunakan layanan *Digi Customer Service Lite* sebagai subjek penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

3.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan

PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk (selanjutnya disebut “BNI” atau “Bank” atau “Perusahaan”) awalnya didirikan di Indonesia sebagai bank sentral dengan nama “Bank Negara Indonesia” berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 Tahun 1946 tanggal 5 Juli 1946. Kemudian, berdasarkan Undang-Undang No. 17 Tahun 1968, BNI menjadi “Bank Negara Indonesia 1946”, dengan status sebagai Bank Komersial milik Negara. Selain itu, peran BNI sebagai bank diamanatkan untuk meningkatkan perekonomian rakyat dan berpartisipasi dalam pembangunan nasional sebagaimana ditegaskan oleh

Undang-Undang No. 17 Tahun 1968 tentang Bank Negara Indonesia 1946. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 1992, tanggal 29 April 1992, BNI mengubah status hukumnya menjadi perseroan terbatas (Persero). Perubahan status hukum menjadi perseroan terbatas tersebut dilakukan berdasarkan Akta Nomor 131, tanggal 31 Juli 1992, di hadapan Muhani Salim, SH, dan dipublikasikan dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 73 tanggal 11 September 1992, Lampiran Nomor 1A. BNI, sebagai Badan Usaha Milik Negara, adalah yang pertama menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996.

Untuk memperkuat struktur keuangan dan daya saingnya di industri perbankan nasional, BNI melakukan sejumlah tindakan korporasi, termasuk rekapitalisasi oleh Pemerintah pada tahun 1999, divestasi saham Pemerintah pada tahun 2007, dan penawaran umum terbatas pada tahun 2010. Untuk memenuhi ketentuan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tanggal 16 Agustus 2007 tentang Perseroan Terbatas, Anggaran Dasar BNI telah diubah. Perubahan tersebut tercantum dalam Akta Nomor 46 tanggal 13 Juni 2008, yang dibuat di hadapan Fathiah Helmi, SH, notaris di Jakarta, berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 28 Mei 2008, yang telah disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, melalui Keputusan Nomor AHUAH 01.02-50609 tanggal 12 Agustus 2008 dan dipublikasikan dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 103 tanggal 23 Desember 2008, Tambahan Nomor 29015.

Perubahan terbaru Anggaran Dasar BNI terkait dengan penyesuaian Anggaran Dasar sesuai dengan Akta No. 35 tanggal 17 Maret 2015, yang dibuat di hadapan Notaris Fathiah Helmi, SH, yang disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, melalui Keputusan No. AHU-AH.01.03-0776526 tanggal 14 April 2015. Saat ini, Pemerintah Republik Indonesia memiliki 60% saham BNI, sedangkan publik, baik individu maupun institusi, memiliki sisa 40% saham domestik dan asing. BNI kini menjadi bank nasional terbesar ke-4 di Indonesia, berdasarkan total aset, total pinjaman, dan total dana pihak ketiga. Untuk menyediakan layanan keuangan secara terintegrasi, BNI didukung oleh sejumlah anak perusahaan, yaitu Bank BNI Syariah, BNI *Multifinance*, BNI Sekuritas, BNI *Life Insurance*, BNI *Ventures*, BNI *Remittance*, dan Bank Mayora. BNI menawarkan fasilitas deposito dan pinjaman untuk segmen korporasi, menengah, dan kecil. Banyak produk dan layanan terbaik telah disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan mulai dari masa kanak-kanak, remaja, dewasa, hingga pensiun.

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

A. Visi

Menjadi Lembaga Keuangan yang terunggul dalam layanan dan kinerja secara berkelanjutan.

B. Misi

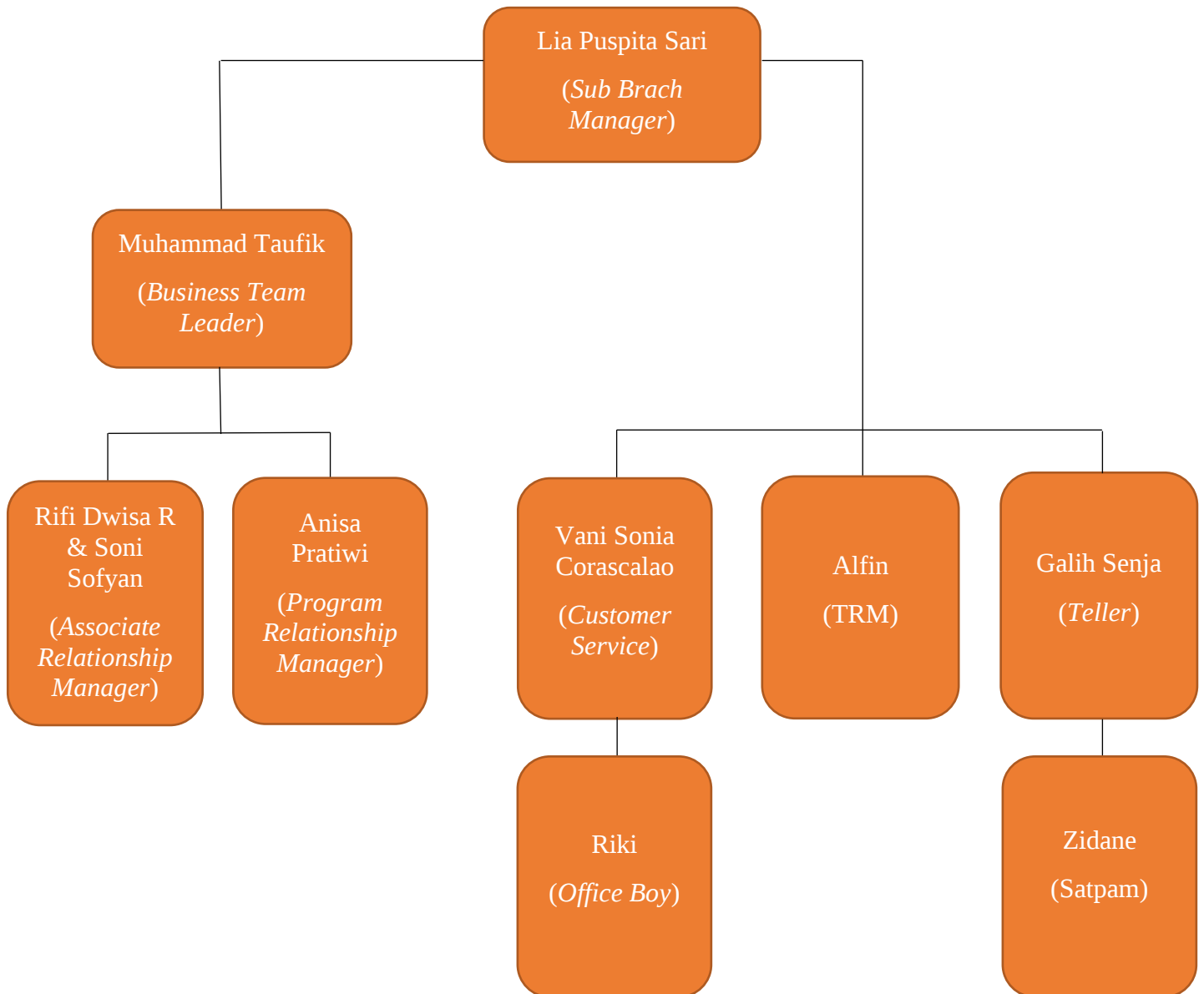
1. Memberikan layanan prima dan solusi digital kepada seluruh Nasabah selaku Mitra Bisnis pilihan utama.
2. Memperkuat layanan internasional untuk mendukung kebutuhan Mitra Bisnis Global.

3. Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi Investor.
4. Menciptakan kondisi terbaik bagi Karyawan sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
5. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan Masyarakat.
6. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik bagi industri.

3.1.3 Statement Budaya Perusahaan

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. atau BNI senantiasa mengedepankan *core value* Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif (AKHLAK) serta program transformasi *Risk, Culture, Agile, Collaboration*, dan *Execution Oriented* (RACE) guna meningkatkan kinerja secara optimal. BNI juga menerapkan Prinsip 46 sebagai budaya kerja dengan empat nilai budaya yaitu Profesionalisme, Integritas, Orientasi pelanggan, dan Perbaikan tanpa henti. Budaya kerja tersebut diharapkan dapat menciptakan cara kerja dan pola pikir baru yang mendukung sasaran strategis sehingga dapat memperkuat visi BNI untuk menjadi lembaga keuangan yang unggul dalam layanan dan kinerja secara berkelanjutan.

3.1.4 Struktur Organisasi PT Bank BNI KCP Singaparna



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Singaparna

Sumber: PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu (KCP) Singaparna.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode eksplanatori. Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif, di mana data dikumpulkan dari responden secara sistematis melalui instrumen penelitian berupa kuesioner. Instrumen tersebut dirancang untuk mengukur persepsi nasabah terhadap kualitas layanan elektronik *Digi Customer Service Lite* serta tingkat kepuasan nasabah. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah. Menurut Sugiyono (2020), metode eksplanatori merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Alasan utama peneliti ini menggunakan metode penelitian eksplanatori ialah untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka diharapkan dari penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel bebas dan terikat yang ada di dalam hipotesis.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Ghazali (2020), definisi operasional variabel merupakan penjelasan tentang bagaimana suatu variabel akan diukur dalam sebuah penelitian, dengan tujuan menunjukkan cara pengukuran atau pengoperasian suatu konsep sehingga konsep tersebut dapat diteliti atau diukur secara empiris. Komponen-komponen penting dalam definisi operasional variabel meliputi variabel yang akan diukur atau diamati serta indikator-indikator yang akan digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Definisi operasional variabel sangat penting dalam penelitian

ilmiah karena menjamin konsistensi dan kemungkinan replikasi penelitian, sehingga dengan definisi yang jelas, peneliti lain dapat melakukan penelitian serupa dan memverifikasi hasil penelitian sebelumnya.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
<i>E-Service Quality</i> (X)	<i>E-service quality</i> adalah kemampuan layanan elektronik dalam memberikan pelayanan yang efektif, efisien, aman, dan sesuai harapan pengguna (Budiman & Purba, 2020; Parasuraman et al., 2005).	<i>Efficiency</i>	a. Layanan mudah digunakan b. Proses layanan cepat c. Sistem mudah dipahami	Ordinal (Likert)
		<i>Reliability</i>	a. Layanan berjalan tanpa gangguan b. Informasi yang diberikan akurat c. Sistem berfungsi dengan konsisten	Ordinal (Likert)
		<i>Fulfillment</i>	a. Layanan sesuai kebutuhan b. Fitur layanan berfungsi dengan baik c. Proses layanan lengkap dan tepat waktu	Ordinal (Likert)
		<i>Privacy</i>	a. Data pribadi terlindungi b. Layanan aman digunakan c. Tidak ada kebocoran informasi pribadi	Ordinal (Likert)
		<i>Responsiveness</i>	a. Layanan cepat merespons b. Tersedia bantuan saat kendala c. Solusi kendala diberikan dengan cepat	Ordinal (Likert)

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
		<i>Compensation</i>	a. Terdapat solusi saat terjadi kesalahan layanan b. Penanganan masalah memuaskan c. Kompensasi diberikan jika layanan gagal	Ordinal (Likert)
		<i>Contact</i>	a. Mudah menghubungi pihak bank b. Tersedia layanan bantuan yang jelas c. Petugas responsif saat dibutuhkan	Ordinal (Likert)
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja layanan dengan harapan (Tjiptono, 2019).	Kesesuaian Harapan	a. Layanan sesuai harapan b. Layanan memenuhi kebutuhan c. Pengalaman layanan melebihi ekspektasi	Ordinal (Likert)
		Minat Menggunakan Kembali	a. Bersedia menggunakan kembali b. Berminat terus menggunakan layanan c. Rencana menggunakan layanan secara rutin	Ordinal (Likert)
		Kesediaan Merekomendasikan	a. Bersedia merekomendasikan b. Memberikan informasi positif kepada orang lain c. Mempromosikan layanan ke keluarga/teman	Ordinal (Likert)

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan, teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Observasi Langsung

Observasi langsung merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas yang sedang berlangsung (Hardani et al., 2020). Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi langsung terhadap objek penelitian guna memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi di lapangan. Penulis mengamati secara langsung penggunaan layanan *Digi Customer Service Lite*, khususnya pada proses pembukaan rekening, pelayanan kepada nasabah, serta penggunaan layanan perbankan digital. Melalui observasi tersebut, penulis dapat mengidentifikasi berbagai fenomena yang terjadi, seperti alur pelayanan, interaksi antara petugas dan nasabah, serta kendala teknis yang mungkin muncul, seperti gangguan sistem, keterlambatan proses, maupun kesulitan yang dialami nasabah dalam menggunakan layanan digital.

2) Wawancara Mendalam

Wawancara Mendalam merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan responden atau narasumber untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam terkait objek penelitian (Sugiyono, 2020:95). Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara secara langsung kepada pihak yang terkait, yaitu

Customer Service dan petugas bank di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singapura. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk menggali informasi mengenai pelaksanaan layanan *Digi Customer Service Lite*, termasuk proses pelayanan, kendala yang dihadapi dalam penggunaan layanan, serta persepsi pihak bank terhadap kualitas layanan elektronik yang diberikan kepada nasabah. Selain itu, wawancara juga digunakan untuk memperoleh data terkait jumlah nasabah pengguna *Digi Customer Service Lite* serta informasi pendukung lainnya yang tidak dapat diperoleh melalui kuesioner.

3) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2020), kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner ini digunakan untuk mengukur persepsi nasabah terhadap *E-Service Quality Digi Customer Service Lite* dan Kepuasan Nasabah dengan menggunakan skala Likert. Kuesioner disebarkan secara langsung kepada nasabah yang telah menggunakan layanan *Digi Customer Service Lite*, khususnya nasabah yang membuka rekening melalui mesin *Digi Customer Service Lite* secara langsung di kantor KCP BNI Singapura.

4) Studi Kepustakaan

Menurut Setiawan & Purba (2022:45), menyatakan bahwa Studi kepustakaan (*library research*) merupakan teknik yang mencari referensi yang relevan dengan permasalahan yang ditemukan. Studi kepustakaan

menggambarkan analisis teoritis, kajian ilmiah, rujukan serta literatur yang berhubungan dengan kebiasaan masyarakat setempat, norma dan nilai yang terbangun pada kondisi lapangan yang diamati. Studi pustaka dilakukan dengan cara mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, dan artikel yang relevan dengan penelitian. Studi ini berfungsi untuk memperkuat landasan teori, memahami masing-masing variabel yaitu *E-Service Quality* (X) dan Kepuasan Nasabah (Y), serta membandingkan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang akan diteliti, sehingga dapat mendukung penyusunan kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Untuk jenis data yang diperlukan, pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a) Pada penelitian ini jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif, karena penelitian ini menguji hipotesis dan mengukur tingkat variabelnya, dimana variabel independennya merupakan *E-Service Quality* (X) dalam menggunakan *Digi Customer Service Lite* dan variabel dependen merupakan kepuasan nasabah (Y). Hasil dari data tersebut nantinya akan diukur dan diolah menggunakan analisis statistik. Dengan diukur menggunakan angka atau skor dari hasil pernyataan kuesioner responden.

Dalam upaya mengolah data serta menjawab permasalahan penelitian, peneliti melakukan proses pengumpulan sumber data. Pada penelitian ini, sumber data diperoleh dari:

1) Data Primer

Menurut Sugiyono (2019), data primer merupakan data langsung dari lapangan yang diperoleh langsung dari pemilik data dan disampaikan kepada peneliti tanpa pelantara. Data yang diperoleh ini didapat melalui kuesioner. Sehingga penelitian ini menggunakan sumber data primer karena membutuhkan data secara langsung kepada responden dari penyebaran kuesioner kepada nasabah pengguna layanan *Digi Customer Service Lite* di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna.

2) Data Sekunder

Selain data primer, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder sebagai sumber informasi pendukung guna memperkuat analisis penelitian. Data sekunder merupakan data yang telah tersedia dan diperoleh dari pihak lain yang telah mendokumentasikan informasi sebelumnya. Menurut Yulianti & Mu'ammal (2022), menyatakan bahwa data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara dan merupakan data pendukung bagi penelitian yang dilakukan. data sekunder ini data yang sumbernya diperoleh secara tidak langsung atau telah diperoleh melalui pihak lain. Sehingga dalam penelitian ini perlu menggunakan sumber data sekunder karena untuk mengetahui jumlah data nasabah pengguna layanan *Digi Customer Service Lite* di BNI Kantor Cabang Pembantu Singaparna untuk penentuan populasi dan perlu adanya

referensi dari buku maupun jurnal dari penelitian terdahulu yang relevan mengenai kepuasan nasabah.

Dalam penelitian ini, digunakan kuesioner yang menyediakan pernyataan untuk dipilih oleh responden. Kuesioner ini menggunakan skala bertingkat, yaitu skala Likert. Menurut Sugiyono (2020) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Pada kuesioner tersebut terdapat lima pilihan yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Setiap pilihan pernyataan tersebut akan diberi skor, dengan skor 1–5. Berikut ini adalah kriteria penilaian yang digunakan pada skala likert menurut (Sugiyono, 2020).

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

Sumber: (Sugiyono, 2020)

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2020), Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi sasaran adalah nasabah pengguna layanan Digi *Customer Service Lite* (Digi CS Lite), khususnya nasabah yang melakukan pembukaan rekening baru pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor

Cabang Pembantu Singapura dalam periode tahun 2024–2025. Berdasarkan data internal bank, jumlah nasabah yang menggunakan Digi *CS Lite* untuk pembukaan rekening baru pada periode tersebut adalah sebanyak 749 nasabah. Data ini diperoleh melalui hasil wawancara dengan *Customer Service* pada BNI KCP Singapura serta dokumentasi jumlah pembukaan rekening melalui mesin Digi *CS Lite*. Populasi ini dipilih karena seluruh responden memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan layanan Digi *CS Lite* pada saat proses pembukaan rekening, sehingga sesuai dengan fokus penelitian yang mengkaji pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah. Dengan karakteristik penggunaan layanan yang homogen, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih spesifik dan terarah mengenai persepsi nasabah terhadap kualitas layanan elektronik yang diberikan. Jumlah populasi sebanyak 749 nasabah pengguna Digi *Customer Service Lite* (Digi *CS Lite*) pembuka rekening baru pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singapura periode 2024–2025.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2020:127), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan sampel dalam penelitian, terdapat berbagai Teknik sampling yang di gunakan. Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakanan (Sugiyono, 2020).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan Teknik non *probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak

memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2020). Teknik *non probability sampling* memiliki beberapa metode yang meliputi, *sampling* sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh dan *snowball*. Dari beberapa metode teknik non probability sampling penulis menggunakan metode *purposive sampling* dalam pengambilan sampel. Menurut Sugiyono (2020), *purposive sampling* adalah teknik menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Berikut kriteria nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini meliputi:

- a. Nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna yang menggunakan layanan Digi *Customer Service Lite* (Digi CS *Lite*) untuk proses pembukaan rekening baru pada periode tahun 2024–2025.
- b. Nasabah yang berusia antara <20 tahun hingga >40 tahun.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus untuk menghitung berapa jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin. Berikut adalah Langkah-langkah dalam menentukan anggota sampel dari populasi menggunakan rumus *slovin*.

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

Dimana:

n = Jumlah Sampel yang diperlukan

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (10%)

Tingkat kesalahan sampel yang ditetapkan sebesar 10% dipilih dengan mempertimbangkan efisiensi penelitian serta keterbatasan waktu dan akses terhadap seluruh populasi nasabah. Dengan jumlah populasi sebanyak 749 nasabah pengguna Digi *Customer Service Lite* (Digi *CS Lite*) pembuka rekening baru pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna periode 2024–2025, penggunaan *margin of error* 10% dinilai masih dapat mewakili populasi secara memadai dalam penelitian kuantitatif deskriptif.

Apabila digunakan tingkat kesalahan yang lebih kecil, seperti 5%, maka jumlah sampel yang dibutuhkan akan jauh lebih besar dan berpotensi menyulitkan proses pengumpulan data di lapangan. Oleh karena itu, tingkat kesalahan 10% dipilih sebagai batas toleransi yang realistis, tanpa mengurangi validitas hasil penelitian secara signifikan. Selain itu, dalam penelitian lapangan terdapat kemungkinan responden mengisi kuesioner secara kurang teliti, terburu-buru, atau kurang memahami pertanyaan yang diajukan. Penetapan *margin of error* 10% memberikan ruang toleransi terhadap potensi ketidaksempurnaan data tersebut, sehingga hasil akhir penelitian tetap dapat menggambarkan kondisi empiris secara objektif. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus *slovin* ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut.

$$N = 749$$

$$e = 10\%$$

$$n = \frac{749}{1 + 749 (10\%)^2}$$

$$= 88,221$$

$$= 88$$

Dalam penelitian ini, nasabah pengguna layanan Digi *Customer Service Lite* (Digi CS *Lite*) yang melakukan pembukaan rekening baru pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singapura periode tahun 2024–2025 berjumlah 749 nasabah sebagai populasi. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka jumlah sampel yang diperoleh adalah sebanyak 88 responden.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian ini merupakan suatu pendekatan yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menjelaskan Pengaruh *E-Service Quality* Digi *Customer Service Lite* terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Singapura. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Nasabah pada Layanan Digi *Customer Service* pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singapura.”

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel, yaitu satu variabel bebas (*independen*) dan satu variabel terikat (*dependen*). Berikut adalah susunan variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1) Variabel Bebas (*Independen*)

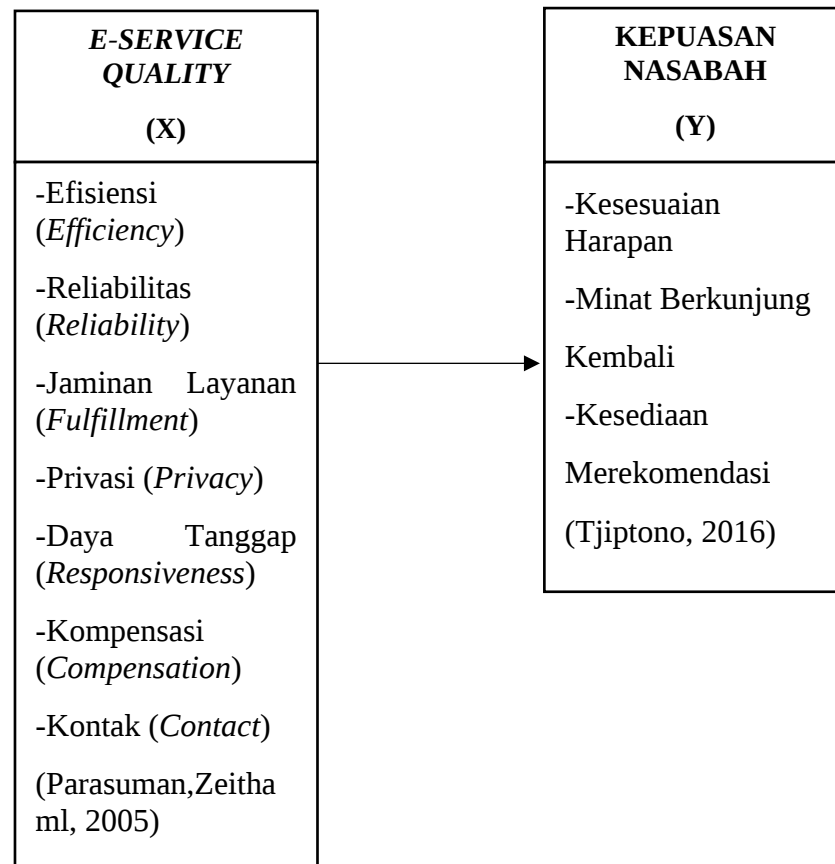
Variabel independen yaitu variabel bebas yang merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2020a). Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, atau variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel lainnya. Dalam konteks penelitian ini, variabel

independen adalah *E-Service Quality* (X), yaitu kualitas layanan elektronik yang diberikan melalui mesin Digi CS *Lite* dalam proses pembukaan rekening pengguna baru.

2) Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel *dependen* merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2020a). Variabel ini merupakan fokus utama penelitian karena nilainya bergantung pada perubahan variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel terikat adalah Kepuasan Nasabah (Y), yaitu tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah setelah menggunakan layanan Digi *Customer Service Lite* dalam proses pembukaan rekening pengguna baru.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh *E-Service Quality* Digi *Customer Service Lite* (variabel bebas) terhadap Kepuasan Nasabah (variabel terikat) pada BNI KCP Singapura.



Gambar 3. 2 Model Penelitian

3.2.5 Teknik Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan tahap awal dalam pengolahan data penelitian, bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data yang telah dikumpulkan. Melalui analisis ini, peneliti dapat memahami kondisi data secara menyeluruh sebelum melakukan analisis lanjutan, seperti uji asumsi klasik atau pengujian hipotesis. Statistik deskriptif berperan penting dalam menyajikan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dipahami, sehingga dapat menjelaskan kecenderungan, penyebaran, dan pola distribusi data 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). Analisis ini membantu peneliti memahami karakteristik utama data kualitatif dan kuantitatif, serta memberikan dasar untuk memahami *variabilitas* dan pola data. Jawaban dari responden kemudian dihitung frekuensinya, dijumlahkan, dan selanjutnya dicari nilai rata-rata (*mean*) menggunakan pendekatan statistik nonparametrik. Nilai rata-rata tersebut kemudian dimasukkan ke dalam garis kontinum untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden terhadap variabel yang diteliti, yaitu *e-service quality* dan kepuasan nasabah. Kategori penilaian ditentukan berdasarkan Nilai Jenjang Interval (NJI), yang dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}}$$

2. Uji Kualitas Data

a) Uji Validitas

Uji validitas merupakan aspek penting dalam penelitian kuantitatif untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar mampu mengukur variabel yang dimaksud. Menurut (Sugiyono, 2020a) uji validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti atau peneliti. Menurut (Umar, 2002) validitas adalah ukuran yang

menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat mengukur apa yang harus diukur.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mampu mencerminkan *variabel E-Service Quality* dan Kepuasan Nasabah. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dapat menghasilkan data yang akurat dan dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut. Pengujian validitas dilakukan menggunakan metode *Pearson Correlation*. Suatu item pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$. Proses pengujian ini dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS.

b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat memberikan hasil yang stabil dan konsisten apabila digunakan dalam pengukuran yang berulang. Uji Reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi konsistensi dan keandalan instrumen pengukuran dalam menghasilkan hasil yang seragam, (Wahyuning, 2021). 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:

- a) Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,7$, data dianggap memiliki keandalan yang kuat.

- b) Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$, data dianggap memiliki keandalan yang cukup.
- c) Jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,6$, data dianggap belum dapat diandalkan. Pengujian *Reliabilitas* dilakukan dengan SPSS.

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data yang diamati berdistribusi normal, (Ghozali, 2018). 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 mengevaluasi apakah model Regresi terjadi ketidaksamaan *Variance* dari *Residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain, (Ghozali, 2018). Menurut Widana & Muliani (2020), agar tidak menyebabkan bias pada model analisis regresi Pengujian ini penting untuk memastikan kecocokan model *Regresi*. Metode yang digunakan adalah *Scatterplot*.

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2020), analisis regresi linier sederhana dipakai untuk mengetahui adanya perubahan nilai variabel dependen dan nilai variabel independent jika sewaktu-waktu terjadi. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh *E-Service Quality Digi Customer Service Lite (Digi CS Lite)* terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Singaparna. Analisis ini bertujuan untuk menguji seberapa besar kontribusi variabel *independen*, yaitu *E-Service Quality (X)*, dalam memengaruhi variabel *dependen*, yaitu Kepuasan Nasabah (Y). Dengan menggunakan regresi linear sederhana, peneliti dapat mengetahui arah hubungan (positif atau negatif) serta tingkat pengaruh antara kedua variabel tersebut. Secara umum, bentuk persamaan regresi linear sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Dimana:

X = Kualitas Produk

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = error

5. Uji Hipotesis

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi individu secara parsial dari setiap variabel independen (Pengaruh *E-service quality* Digi *customer service*) terhadap variabel dependen (Kepuasan nasabah). Uji dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t table.

- a) Jika nilai t-hitung $>$ t-tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05%, maka H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai t-hitung $<$ t-tabel dan nilai signifikan lebih dari 0.5 maka H_a ditolak dan H_o diterima yang artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar model dapat menjelaskan pengaruh variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat, dilihat dari nilai *adjusted R-Squared* (Ghozali, 2018). Jika nilai R^2 semakin mendekati angka 1 (satu) menunjukkan variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen.