

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Profil Instansi

PT Bank Negara Indonesia (Persero), (selanjutnya disebut “BNI” atau “Bank”) pada 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. Selanjutnya, berdasarkan Undang-Undang No. 17 tahun 1968, BNI ditetapkan menjadi “Bank Negara Indonesia 1946”, dan statusnya menjadi Bank Umum Milik Negara. Selanjutnya, peran BNI sebagai Bank yang diberi mandat untuk memperbaiki ekonomi rakyat dan berpartisipasi dalam pembangunan nasional dikukuhkan oleh UU No. 17 tahun 1968 tentang Bank Negara Indonesia 1946.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 tahun 1992, tanggal 29 April 1992, telah dilakukan penyesuaian bentuk hukum BNI menjadi perusahaan Perseroan Terbatas (persero). Penyesuaian bentuk hukum menjadi Persero, dinyatakan dalam Akta No. 131, tanggal 31 Juli 1992, dibuat di hadapan Muhani Salim, S.H., yang telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 73 tanggal 11 September 1992 Tambahan No.1A.

BNI merupakan Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996. Untuk memperkuat struktur keuangan

dan daya saingnya ditengah industri perbankan nasional, BNI melakukan sejumlah aksi korporasi, antara lain proses rekapitalitas oleh Pemerintah di tahun 1999, di investasi saham Pemerintah di tahun 2007, dan penawaran umum saham terbatas di tahun 2010.

Untuk memenuhi ketentuan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tanggal 16 Agustus 2007 tentang Perseroan Terbatas, Anggaran Dasar BNI telah dilakukan penyesuaian. Penyesuaian tersebut dinyatakan dalam Akta No. 46 tanggal 13 Juni 2008 yang dibuat di hadapan Fathiah Helmi, S.H., notaris di Jakarta, berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 28 Mei 2008 dan telah mendapatkan persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dengan Surat Keputusan No. AHU-AH.01.02-50609 tanggal 12 Agustus 2008 dan telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 103 tanggal 23 Desember Tambahan No. 29015.

Perubahan terakhir Anggaran Dasar BNI dilakukan antara lain tentang penyusunan kembali seluruh Anggaran Dasar sesuai dengan Akta No. 35 tanggal 17 Maret 2015 Notaris Fathiah Helmi, S.H. telah mendapatkan persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dengan surat Keputusan No. AHU-AH.01.03-0776526 tanggal 14 April 2015. Saat ini 60% saham-saham BNI dimiliki oleh Masyarakat, baik individu maupun institusi, domestik dan asing.

BNI kini tercatat sebagai Bank nasional terbesar ke-4 di Indonesia, dilihat dari total aset, total kredit maupun total dana pihak ketiga. Dalam memberikan layanan finansial secara terpadu, BNI didukung oleh sejumlah perusahaan anak,

yakni BNI Multifinance, BNI Sekuritas, BNI Life Insurance, BNI Ventures, BNI Remittance dan hibank. BNI menawarkan layanan penyimpanan dana maupun fasilitas pinjaman baik pada segmen korporasi, menengah, maupun kecil. Beberapa produk dan layanan terbaik telah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah sejak kecil, remaja, dewasa, hingga pensiun.

3.1.2 Visi dan Misi Instansi

- Visi

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

- 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 Instansi

PT Bank Negara Indonesia memiliki *statement* budaya perusahaan, yaitu :

- 4 (empat) Nilai Budaya Kinerja BNI
 1. Profesionalisme
 2. Integritas
 3. Orientasi Pelanggan
 4. Perbaikan Tiada Henti
- 6 (enam) Nilai Perilaku Utama Insan BNI
 1. Meningkatkan Kompetensi dan Memberikan Hasil Terbaik
 2. Jujur, Tulus dan Ikhlas
 3. Disiplin, Konsisten dan Bertanggungjawab
 4. Memberikan Layanan Terbaik Melalui Kemitraan Yang Sinergis
 5. Senantiasa Melakukan Penyempurnaan
 6. Kreatif dan Inovatif

3.1.4 Logo dan Makna Instansi



Gambar 3.1 Logo PT. Bank Negara Indonesia

Logo PT Bank Negara Indonesia merupakan identitas visual perusahaan yang mencerminkan nilai, sejarah, serta komitmen BNI sebagai lembaga keuangan milik negara. Logo BNI terdiri dari tulisan BNI dan angka 46, dserta menggunakan kombinasi warna khas yang memiliki makna filosofis tersendiri.

a. Angka 46

Angka 46 pada logo BNI melambangkan tahun berdirinya Bank Negara Indonesia, yaitu tahun 1946. Angka tersebut menunjukkan bahwa BNI merupakan bank milik negara yang telah berdiri sejak awal kemerdekaan Republik Indonesia dan memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan perekonomian nasional. Penggunaan angka 46 juga mencerminkan pengalaman panjang serta komitmen BNI untuk terus hadir melayani masyarakat.

b. Huruf BNI

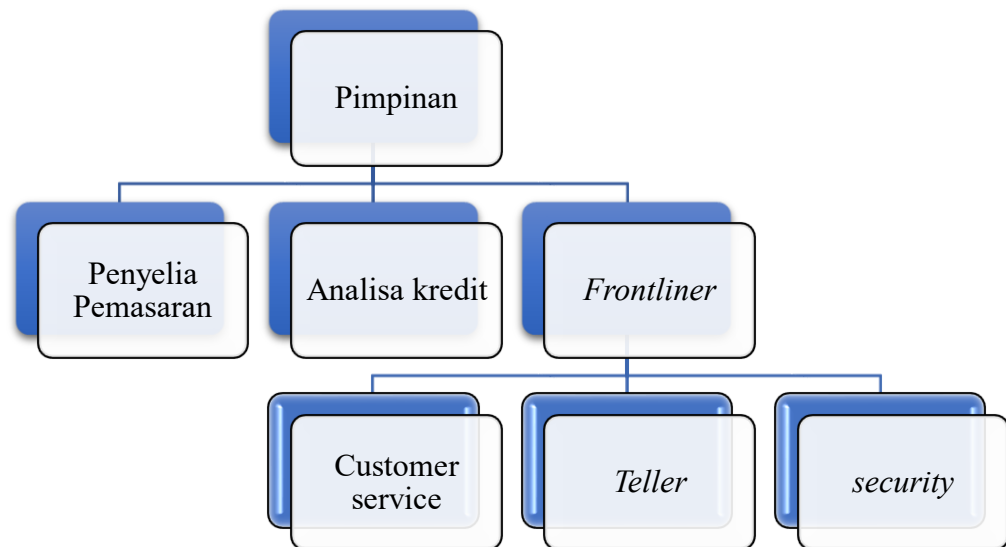
Huruf BNI pada logo dirancang dengan bentuk huruf yang tegas dan sederhana. Hal ini menggambarkan sikap profesional, kepercayaan, serta stabilitas BNI sebagai lembaga perbankan. Bentuk huruf yang kokoh mencerminkan kekuatan dan konsistensi perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha perbankan.

c. Warna

Logo BNI menggunakan kombinasi warna oranye dan hijau kebiruan (turquoise). Warna oranye melambangkan semangat, energi, dan optimisme BNI dalam memberikan pelayanan kepada nasabah serta menghadapi dinamika dunia perbankan. Warna hijau kebiruan mencerminkan kestabilan, kepercayaan, dan rasa aman yang diberikan BNI kepada masyarakat sebagai lembaga keuangan yang terpercaya.

Logo BNI mencerminkan identitas perusahaan yang menjunjung tinggi nilai sejarah, profesionalisme, serta komitmen untuk terus berkembang dan memberikan layanan perbankan yang berkualitas bagi masyarakat Indonesia.

3.1.5 Struktur Organisasi Instansi



Gambar 3.2 Struktur Organisasi BNI KCP Cikurubuk

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang menekankan pada pengukuran variabel dalam bentuk angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hubungan antar variabel secara objektif dan terukur (Sugiyono, 2023: 7). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah berdasarkan data numerik yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner.

Dalam penelitian kuantitatif, data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel dan diukur

menggunakan skala tertentu. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara statistik untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antarvariabel penelitian.

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian verifikatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian verifikatif digunakan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antar variabel independen dan variabel dependen secara empiris menggunakan analisis statistik (Sugiyono, 2023: 11-13).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah PT Bank Negara Indonesia KCP Cikurubuk yang menerima pelayanan *customer service*. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan proses penjabaran variabel penelitian ke dalam indikator-indikator yang dapat diukur secara empiris sehingga memudahkan dalam penyusunan instrumen penelitian. Dengan operasionalisasi variabel, konsep yang bersifat abstrak dapat diubah menjadi bentuk yang lebih spesifik dan terukur melalui penyusunan pernyataan dalam kuesioner.

Sesuai dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer service* terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Negara Indonesia KCP Cikurubuk", maka dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas (Independent)

Variabel Bebas (Independent) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya perubahan pada variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan *customer service*.

2. Variabel Terikat (Dependent)

Variabel terikat atau dependent merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan <i>Customer service</i> (X)	Tangibles	Penampilan <i>customer service</i> rapi dan profesional	Ordinal
		Fasilitas pelayanan bank nyaman	
		Ruang pelayanan bersih dan tertata rapi	
	Reliability	Pelayanan dilakukan secara tepat dan akurat	Ordinal
		Pelayanan sesuai dengan prosedur yang berlaku	
		<i>Customer service</i> mampu menyelesaikan kebutuhan nasabah dengan baik	
	Responsiveness	<i>Customer service</i> melayani nasabah dengan cepat	Ordinal
		<i>Customer service</i> tanggapan terhadap kebutuhan nasabah	

		<i>Customer service</i> bersedia membantu nasabah ketika mengalami kesulitan	
	Assurance	<i>Customer service</i> memberikan rasa aman dan percaya kepada nasabah	Ordinal
		<i>Customer service</i> bersikap sopan dan profesional	
		<i>Customer service</i> memiliki pengetahuan yang baik dalam memberikan informasi kepada nasabah	
	Empathy	<i>Customer service</i> memberikan perhatian kepada nasabah	Ordinal
		<i>Customer service</i> memahami kebutuhan nasabah	
		<i>Customer service</i> bersikap ramah kepada nasabah	

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Nasabah (Y)	Kesesuaian Harapan	Pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan nasabah	Ordinal
		Produk atau layanan bank memberikan kepuasan bagi nasabah	
		Fasilitas yang disediakan bank mampu memenuhi kebutuhan nasabah	
	Minat Menggunakan Kembali	Nasabah memiliki keinginan untuk menggunakan kembali layanan bank	Ordinal

		Nasabah tetap setia menggunakan produk atau layanan bank	
		Nasabah tidak memiliki keinginan untuk berpindah ke bank lain	
	Kesediaan merekomendasikan	Nasabah bersedia merekomendasikan layanan bank kepada orang lain	Ordinal
		Nasabah menceritakan pengalaman positif kepada orang lain.	
		Nasabah mengajak orang lain untuk menggunakan layanan bank	

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Dalam penelitian ini, kuesioner disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup dengan menggunakan Skala Likert 1-5. Kuesioner disebarkan secara online melalui Google Form dengan bantuan pihak PT Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk kepada nasabah yang pernah melakukan transaksi dan memperoleh pelayanan dari *customer service*.

Penggunaan Google Form bertujuan untuk memudahkan proses pengumpulan data serta menjangkau responden secara lebih efektif dan efisien. Untuk memastikan bahwa responden sesuai dengan kriteria penelitian, pada bagian awal kuesioner disertakan pertanyaan penyaring (*screening question*) yang

menanyakan apakah responden pernah melakukan transaksi langsung dengan *customer service* di BNI KCP Cikurubuk.

3.2.3.1 Cara Pengumpulan Data

Cara pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa metode sebagai berikut:

1. Observasi Langsung

Observasi langsung merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas yang terjadi pada objek penelitian. Melalui observasi langsung, peneliti dapat memperoleh gambaran mengenai kondisi nyata di lapangan. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung proses pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* kepada nasabah di PT Bank Negara Indonesia KCP Cikurubuk.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan pihak yang dianggap mengetahui informasi yang berkaitan dengan penelitian. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai pelayanan *customer service* kepada nasabah.

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dalam penelitian ini disusun menggunakan skala Likert 1-5 untuk

mengukur persepsi responden terhadap kualitas pelayanan *customer service* dan kepuasan nasabah.

4. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian. Dokumen tersebut dapat berupa informasi mengenai pelayanan *customer service*, data aktivitas pelayanan kepada nasabah, serta dokumen lain yang berkaitan dengan kegiatan pelayanan nasabah di PT Bank Negara Indonesia KCP Cikurubuk.

5. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan dengan mempelajari berbagai literatur seperti buku, jurnal ilmiah, dan sumber ilmiah lainnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, serta metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

3.2.3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2023: 9), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian serta analisis data bersifat statistik. Data kuantitatif dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui penyebaran kuesioner kepada responden (Sugiyono, 2023: 194).

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari nasabah PT Bank Negara Indonesia KCP Cikurubuk yang pernah memperoleh pelayanan dari *customer service*.

Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui berbagai sumber yang telah tersedia. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, serta dokumen yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan informasi mengenai pelayanan *customer service* pada PT Bank Negara Indonesia.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal yang diukur menggunakan Skala Likert 1-5. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap suatu pernyataan (Sugiyono, 2023: 147). Skala Likert dalam penelitian ini menggunakan lima alternatif jawaban, yaitu:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Skor diberikan secara bertingkat dari nilai tertinggi untuk jawaban Sangat Setuju hingga nilai terendah untuk jawaban Sangat Tidak Setuju.

3.2.3.3 Populasi Sasaran

(Sugiyono, 2023: 126) menjelaskan bahwa populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dijadikan dasar dalam penarikan

kesimpulan. Dengan demikian, penentuan populasi harus disesuaikan dengan tujuan serta fokus penelitian yang dilakukan.

Dalam penelitian ini, populasi sasaran adalah nasabah PT Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk yang pernah memperoleh pelayanan langsung dari *customer service*. Penetapan populasi tersebut didasarkan pada fokus penelitian yang mengkaji pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah, sehingga responden yang dipilih harus memiliki pengalaman menerima pelayanan secara langsung.

Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak bank, jumlah nasabah yang menjadi populasi dalam penelitian ini sebanyak 332 nasabah. Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini termasuk dalam kategori populasi terbatas (*finite population*) karena jumlahnya dapat diketahui secara pasti.

3.2.3.4 Penentuan Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian. Pengambilan sampel dilakukan karena tidak semua anggota populasi dapat dijadikan responden penelitian. Oleh karena itu, peneliti mengambil sebagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi. Menurut (Sugiyono, 2023:127), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini digunakan rumus Slovin. Rumus ini digunakan untuk menentukan ukuran sampel apabila jumlah

populasi diketahui secara pasti dan peneliti ingin menentukan tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi dalam penelitian (Sugiyono, 2023:137).

Rumusnya sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan eror

Dalam penelitian ini diketahui:

N = 332

e = 10% (0,1)

Sehingga perhitungan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{332}{1 + 332 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{332}{1 + 332(0,01)}$$

$$n = \frac{332}{1 + 3,32}$$

$$n = \frac{332}{4,32}$$

$$n = 76,85$$

$$n = 77 \text{ responden}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 77 responden. Dengan demikian, penelitian ini akan melibatkan minimal 77 nasabah yang pernah memperoleh pelayanan langsung dari *customer service* di PT Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah nasabah PT Bank Negara Indonesia KCP Cikurubuk yang menerima pelayanan dari *customer service* serta bersedia mengisi kuesioner penelitian.

3.2.4 Teknik Analisis Data

3.2.5.1 Instrumen Penelitian

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap instrument penelitian yang digunakan. Instrumen dalam penelitian ini berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel kualitas pelayanan *customer service* (X) dan kepuasan nasabah (Y). Kuesioner disebarkan kepada nasabah PT Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk yang telah memperoleh pelayanan dari *customer service*.

Instrumen penelitian menggunakan Skala Likert lima tingkat dengan rentang skor 1 sampai 5, yang sebelumnya telah dijelaskan pada bagian jenis dan sumber data. Sebelum digunakan dalam analisis lebih lanjut, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat (Sugiyono, 2023, 121).

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi Product Moment Pearson dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara skor item dan skor total

n = jumlah responden

X = skor masing-masing item pertanyaan

Y = skor total seluruh item

$\sum XY$ = jumlah hasil perkalian antara skor item dengan skor total

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat skor total

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Instrumen dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang konsisten apabila digunakan berulang kali.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan rumus:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas

k = jumlah item pertanyaan

σ^2_i = varians tiap item

σ^2_t = varians total

untuk mempermudah proses perhitungan, uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

3.2.5.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data yang diperoleh dari hasil penelitian secara sistematis tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang bersifat umum. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden serta tanggapan responden terhadap variabel yang diteliti.

Menurut (Sugiyono, 2023: 206), statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat generalisasi. Statistik deskriptif dapat disajikan dalam bentuk nilai rata-rata (mean), frekuensi, dan persentase.

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran mengenai kualitas pelayanan *customer service* dan tingkat kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk. Pengolahan data dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata (mean), frekuensi, dan persentase jawaban responden dengan bantuan program SPSS.

3.2.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum analisis regresi linear sederhana untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi persyaratan statistik sehingga hasil analisis yang diperoleh dapat dipercaya dan tidak bias. Dalam penelitian ini, karena menggunakan regresi linear sederhana dengan satu variabel independen dan satu variabel dependen, maka uji asumsi klasik yang digunakan meliputi uji normalitas dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi residual normal atau mendekati normal (Ghozali, 2021, hlm 196).

Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan program SPSS. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikan (Asymp.Sign.) $> 0,05$ maka data residual berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikan (Asymp.Sign.) $< 0,05$ maka data residual tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke dalam pengamatan lainnya dalam model

regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2021: 178)

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser melalui program SPSS. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut.

- Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas

Apabila kedua asumsi tersebut terpenuhi, maka analisis regresi linear sederhana dapat dilanjutkan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah.

3.2.5.4 Analisis Regresi Linear Sederhana

Setelah model penelitian dinyatakan memenuhi uji asumsi klasik, maka tahap selanjutnya adalah melakukan analisis regresi linear sederhana. Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian yang dilakukan.

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *customer service* (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) di PT. Bank Negara Indonesia KCP Cikurubuk. Analisis ini bertujuan untuk melihat apakah variabel kualitas pelayanan *customer service* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Menurut (Sugiyono, 2023: 260), regresi linear sederhana merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar satu variabel bebas terhadap satu variabel nasabah terikat.

Adapun model persamaan regresi linear sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Y = Variabel dependen (variabel terikat)

X = Variabel independen (variabel bebas)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Error (kesalahan pengganggu / residual)

Koefisien regresi (b) menunjukkan arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai b bernilai positif, maka kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, dan sebaliknya apabila bernilai negatif maka berpengaruh negatif. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS.

3.2.5.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t pada analisis regresi linear sederhana, karena penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen dan satu variabel dependen.

Menurut (Sugiyono, 2023: 267), uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikan (Sig.) pada output SPSS dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), yaitu:

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Selain uji t, dalam penelitian ini juga digunakan koefisiensi determinasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel kualitas pelayanan *customer service* dalam menjelaskan variasi kepuasan nasabah. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R^2 yang diperoleh dari hasil analisis regresi pada program SPSS. Semakin besar nilai R^2 , maka semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

3.2.5.6 Nilai Jenjang Interval (NJI) dan Klasifikasi Penilaian

Nilai Jenjang Interval (NJI) merupakan alat analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk mengklasifikasikan skor hasil kuesioner ke dalam kategori penilaian tertentu sehingga memudahkan dalam proses interpretasi data. Dalam penelitian ini, klasifikasi penilaian digunakan untuk mengetahui tingkat penilaian responden terhadap variabel kualitas pelayanan *customer service* sebagai variabel independen (X) dan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen (Y). Melalui pengelompokan skor tersebut, hasil penilaian responden dapat diinterpretasikan ke dalam beberapa tingkat penilaian sehingga memudahkan peneliti dalam menjelaskan kondisi variabel yang diteliti berdasarkan persepsi responden.

Menurut Sugiyono (2023 : 147), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena

sosial. Skala ini memberikan nilai tertentu pada setiap alternatif jawaban responden sehingga data yang diperoleh dapat diolah secara kuantitatif.

Dalam penelitian ini jumlah responden adalah 77 orang dengan skala pengukuran Likert 5 tingkat (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju).

Langkah-langkah perhitungan nilai jenjang interval adalah sebagai berikut:

Nilai tertinggi setiap variabel (total skor maksimum): $77 \text{ responden} \times 5 = 385$

Nilai terendah setiap variabel (total skor minimum): $77 \text{ responden} \times 1 = 77$

Jumlah kategori penilaian: 5 kategori (sangat tidak baik, tidak baik, cukup baik, baik, sangat baik)

Rumus Nilai Jenjang Interval (NJI) yang digunakan adalah:

$$\begin{aligned} NJI &= \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria pernyataan}} \\ &= \frac{385 - 77}{5} \\ &= \frac{308}{5} \\ &= 61,6 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa panjang setiap interval adalah 61. Interval ini kemudian digunakan untuk membagi rentang skor total menjadi beberapa kategori penilaian.

Tabel 3.2
Klasifikasi Penilaian Skor Variabel

Nilai	Klasifikasi Penilaian
77 – 138	Sangat Tidak Baik
139 – 200	Tidak Baik
201 – 262	Cukup Baik
263 – 324	Baik
325 – 385	Sangat baik

Berdasarkan tabel tersebut, skor total hasil kuesioner dapat dikelompokkan ke dalam kategori penilaian sesuai dengan rentang nilai yang telah ditentukan. Klasifikasi ini digunakan untuk memudahkan peneliti dalam menginterpretasikan tingkat penilaian responden terhadap variabel kualitas pelayanan *customer service* dan kepuasan nasabah.