

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah kepuasan nasabah dan *company image*. Kepuasan nasabah dalam penelitian ini melihat dan mencerminkan tingkat kepuasan nasabah yang merasa puas setelah menggunakan layanan *wondr by* BNI, yang diukur berdasarkan kesesuaian antara harapan nasabah dan kinerja layanan yang diberikan. Sementara itu, *company image* merupakan persepsi atau kesan yang terbentuk dari benak atau perasaan nasabah terhadap PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk berdasarkan dari pengalaman yang dialami dari penggunaan layanan *wondr by* BNI tersebut. Penelitian ini dilakukan pada nasabah wiraswasta PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna yang menggunakan layanan *wondr by* BNI sebagai subjek penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan variabel yang diteliti pada penelitian ini.

3.1.1 Sejarah Singkat PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, awalnya didirikan di Indonesia sebagai bank sentral dengan nama Bank Negara Indonesia yang berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 tahun 1946 tanggal 5 Juli 1946 dan pada Undang-Undang No. 17 tahun 1968, BNI ditetapkan menjadi Bank Negara Indonesia 1946, sehingga statusnya menjadi Bank Umum Milik Negara. Peran BNI sebagai bank yaitu untuk memperbaiki ekonomi rakyat dan

berpartisipasi dalam pembangunan nasional yang 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 yang 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. BNI melakukan sejumlah aksi korporasi, yaitu proses rekapitalisasi oleh pemerintah di tahun 1999, divestasi saham pemerintah di tahun 2007, dan penawaran umum saham terbatas di tahun 2010 untuk memperkuat struktur keuangan dan daya saing di industri perbankan nasional.

Pada Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tanggal 16 Agustus 2007 tentang perseroan terbatas dan anggaran dasar dimana BNI telah melakukan penyesuaian yang dinyatakan dalam Akta No. 46 tanggal 13 Juni 2008 yang dibuat di hadapan Fathiah Helmi, S.H., yaitu notaris di Jakarta. Pada Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 28 Mei 2008 telah mendapatkan persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. AHU-AH.0102-50609 tanggal 12 Agustus 2008

dan diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 103 tanggal 23 Desember 2008 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 oleh 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, sebanyak 60% saham BNI dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia dan sebanyak 40% sisanya dimiliki oleh masyarakat baik secara individu, institusi, domestik, dan asing. BNI sekarang menjadi Bank Nasional terbesar ke-4 di Indonesia karena dilihat dari total aset, total kredit, dan total dana pihak ketiga. Dalam memberikan layanan finansial BNI didukung oleh sejumlah perusahaan yaitu BNI Multifinance, BNI Sekuritas, BNI Life Insurance, BNI Ventures, BNI Remittance dan hibank.

BNI menawarkan layanan penyimpanan dana dan penghimpunan dana serta menyediakan fasilitas pinjaman baik pada segmen korporasi, menengah, maupun kecil. Serta produk dan layanan tersedia dengan baik dan telah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah sejak kecil, remaja, dewasa, dan pensiunan.

3.1.2 Visi Misi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

3.1.2.1 Visi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

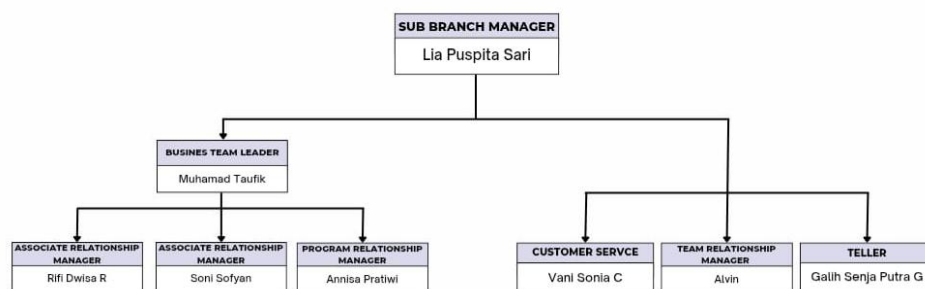
Menjadi lembaga keuangan yang terunggul dalam layanan dan kinerja secara berkelanjutan.

3.1.2.2 Misi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

Mewujudkan target kedepannya, BNI harus memaksimalkan keinginan-keinginan dari seluruh pihak yang berkepentingan meliputi:

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 Struktur Organisasi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singapura



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi

Sumber: PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singapura, 2026

Dari struktur organisasi BNI KCP Singapura diatas berikut rincian tugas-tugasnya:

1. *Sub Branch Manager*

- a. Mengawasi semua kegiatan operasional di BNI KCP Singapura.
- b. Bertanggung jawab atas semua capaian target dana yang telah disampaikan.
- c. Mengambil keputusan akhir dalam segala kegiatan yang akan dilakukan oleh BNI KCP Singapura.
- d. Bertanggung jawab atas semua surat-surat yang akan masuk maupun keluar.
- e. Bertanggung jawab atas semua kegiatan yang tidak menjadi kegiatan utama bank.
- f. Memutuskan penilaian akhir terhadap *performance* seluruh karyawan BNI KCP Singapura.

2. *Business Team Leader*

- a. Bertanggung jawab atas semua perolehan target bisnis pihak ketiga yaitu tabungan atau deposito dan penyaluran kredit di BNI KCP Singapura.
- b. Melakukan pemasaran produk BNI ke nasabah lama maupun nasabah baru.
- c. Mengarahkan serta mengawasi kinerja tim bisnis di BNI KCP Singapura.
- d. Memastikan aktivitas pemasaran berjalan sesuai prosedur.
- e. Membina hubungan jangka panjang dengan seluruh nasabah.

3. *Associate Relationship Manager*

- a. Melayani nasabah dalam memberikan solusi atas kebutuhan finansial nasabah.
- b. Mengelola administrasi dan dokumentasi kredit serta pembukaan rekening untuk memastikan seluruh data nasabah *terupdate* dalam sistem *Customer Relationship Management (CRM)*.
- c. Membantu menganalisis kelayakan kredit nasabah.
- d. Memantau portofolio kredit.
- e. Memastikan seluruh aktivitas perbankan baik itu dari pemasaran dan perkreditan telah mematuhi regulasi BNI dan regulasi perbankan yang berlaku.

4. *Program Relationship Manager*

- a. Menjalin hubungan baik dengan nasabah, mampu memahami kebutuhan nasabah, serta memastikan kepuasan nasabah.
- b. Melakukan pemasaran dan *cross selling* pada produk BNI seperti kartu kredit, KPR, produk investasi, serta meningkatkan *volume Current Account Savings Account (CASA)* atau dana murah.
- c. Melakukan analisis kelayakan kredit 5C (*Capacity, Character, Capital, Collateral, dan Condition*) serta membuat proposal kredit dan mampu mengelola risikonya.
- d. Memantau kinerja portofolio nasabah yang dikelola untuk mencegah gagal bayar.
- e. Mampu mencapai target kinerja yang ditetapkan oleh bank.

5. *Customer Service*

- a. Mampu menjelaskan berbagai produk BNI seperti jenis tabungan BNI, deposito, pinjaman, investasi, dan promo serta perubahan kebijakan BNI KCP Singapura.
- b. Melakukan proses pembukaan rekening baru dari *verifikasi* identitas hingga pengisian formulir serta mencetak buku tabungan dan memberikan kartu debit (ATM) kepada nasabah dan membantu nasabah yang ingin menutup rekening.
- c. Mampu menangani keluhan nasabah baik itu masalah kartu ATM, masalah transaksi, dan *e-banking*.
- d. Mampu menawarkan produk perbankan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah untuk mencapai target.
- e. Melakukan pembaruan data nasabah.
- f. Memastikan area layanan tetap rapi dan bersih untuk memberikan kesan profesional kepada nasabah.

6. *Team Relationship Manager*

- a. Menjaga hubungan baik dengan nasabah untuk memastikan kesetiaan dalam menggunakan layanan BNI KCP Singapura serta memahami kebutuhan finansial nasabah tersebut.
- b. Mencari nasabah untuk membuka rekening, deposito, atau produk pinjaman dalam skala besar serta mampu menawarkan produk BNI KCP Singapura lainnya seperti asuransi, reksadana, kartu kredit, dan lain-lain.

- c. Melakukan analisis kredit dan kelayakan nasabah untuk menyusun dokumen analisis dan memonitoring kredit untuk memastikan pembayaran cicilan berjalan lancar serta mengurangi risiko kredit macet.
- d. Mampu memberikan solusi bagi nasabah serta memberikan rekomendasi.

7. Teller

- a. Memproses setoran tunai dan penarikan tunai sesuai dengan batas limit dan *verifikasi* saldo.
- b. Menangani transaksi transfer antar rekening BNI maupun transfer ke bank lain.
- c. Melayani pembayaran umum.
- d. Melakukan *verifikasi* dokumen dan cek keaslian uang untuk keamanan.
- e. Mampu mengelola kas.
- f. Memberikan pelayanan kepada nasabah sesuai dengan standar layanan BNI KCP Singapura.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif, desain penelitian menggunakan survei, yang dimana metode ini merupakan teknik pengumpulan data dari sampel populasi menggunakan kuesioner. Dalam menggunakan metode survei yang digunakan yaitu metode verifikatif, dimana verifikatif yang digunakan ini untuk menguji hipotesis mengenai kepuasan nasabah terutama nasabah wiraswata dalam menggunakan wondr by BNI

terhadap *company image* di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Munandar et al., (2022:403) operasionalisasi variabel adalah aktivitas mengubah variabel teoritik atau konsep menjadi variabel empirik atau variabel operasional dengan tujuan menghubungkan teori dengan fakta. Variabel teoritik sebuah konsep untuk menjelaskan fenomena penelitian, sedangkan variabel empirik sebuah faktor yang diukur dan diamati secara langsung melalui pengalaman atau pengamatan.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
1	2	3	4	5	6
1.	Kepuasan Nasabah (X)	Perbandingan hasil pengalaman nasabah wiraswasta yang menggunakan wondr by BNI sesuai dengan harapan nasabah dengan kinerja yang diberikan oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna untuk memenuhi kebutuhan nasabah.	1. Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>)	a. Kecepatan kinerja aplikasi dalam memproses transaksi. b. Keandalan aplikasi yang konsisten tanpa terjadi gangguan sistem. c. Kelengkapan fitur-fitur yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan nasabah. d. Tampilan aplikasi yang <i>modern</i> .	Ordinal

1	2	3	4	5	6
				e. Kesesuaian standar aplikasi yang ditetapkan	
			2. Harga (<i>Price</i>)	a. Keterjangkauan biaya administrasi yang diberikan bank kepada nasabah. b. Kesesuaian biaya administrasi dan biaya transaksi dengan manfaat dari fitur yang digunakan. c. Membandingkan biaya transaksi atau administrasi dengan bank lain. d. Transparansi biaya layanan. e. Kemudahan kemampuan biaya operasional bagi nasabah.	Ordinal
			3. Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	a. Kemampuan dalam memberikan layanan yang dijanjikan. b. Ketersediaan merespon nasabah dalam membantu nasabah. c. Sistem keamanan dari	Ordinal

1	2	3	4	5	6
				aplikasi tersebut.	
				d. Fitur-fitur yang disediakan telah memenuhi kebutuhan nasabah.	
				e. Kemudahan dalam mencari fitur yang akan digunakan.	
			4. Faktor Emosional (<i>Emotional Factor</i>)	a. Perasaan bangga yang dirasakan dalam menggunakan aplikasi tersebut.	Ordinal
				b. Kemudahan dalam menggunakan aplikasi.	
				c. Kenyamanan dalam menggunakan aplikasi.	
				d. Pengalaman dalam menggunakan fitur yang disediakan.	
				e. Kepercayaan nasabah menggunakan aplikasi.	
			5. Kemudahan (<i>Cost and Convenience</i>)	a. Kemudahan dalam menggunakan aplikasi.	Ordinal
				b. Mengukur cara kerja penggunaan aplikasi.	

1	2	3	4	5	6
				c. Efisiensi proses transaksi.	
				d. Kemudahan dalam mengakses aplikasi.	
				e. Kejelasan tata letak dan simbol fitur pada aplikasi.	
2.	<i>Company image (Y)</i>	Kesan atau pandangan masyarakat terhadap PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna (Shirley Harrison, 2005 (dalam Amaliah et al., 2015).	1. Kepribadian (<i>Personality</i>)	a. Kemampuan bank dalam memberikan layanan digital.	Ordinal
				b. Pandangan nasabah sebagai bank yang dapat dipercaya untuk mengelola dana nasabah.	
				c. Cara bank melayani nasabah dengan baik.	
				d. Pandangan nasabah terhadap standar layanan bank.	
				e. Karakter visual bank membentuk kepribadian merek.	
			2. Reputasi (<i>Reputation</i>)	a. Kinerja bank yang memiliki stabilitas yang kuat.	Ordinal
				b. Etika dan integrasi yang dimiliki bank.	

1	2	3	4	5	6
				c. Mengukur seberapa besar kepercayaan masyarakat. d. Pengakuan atas kualitas yang dimiliki oleh bank. e. Kepedulian dan tanggung jawab bank terhadap nasabah.	
		3. Nilai (<i>Value</i>)		a. Bank memberikan nilai manfaat untuk menghasilkan keuntungan. b. Bank memiliki standar kualitas yang tinggi. c. Bank memiliki inovasi yang terus berkembang dan <i>modern</i> . d. Mampu memberikan kejujuran dan keamanan untuk nasabah. e. Profesionalism e atau nilai budaya yang diberikan.	Ordinal
		4. Identitas Hukum		a. Transparansi informasi untuk kenyamanan dan kepercayaan nasabah.	Ordinal

1	2	3	4	5	6
				b. Menjamin keamanan bertransaksi.	
				c. Kepatuhan bank terhadap aturan hukum yang berlaku.	
				d. Operasional yang sesuai dari lembaga pengawas.	
				e. Legalitas yang sah bagi masyarakat.	

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2026

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Langkah awal penelitian untuk mendapatkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan yaitu dengan menggunakan teknik pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2016:309) pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah, sumber data primer, serta dilakukannya observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Berdasarkan dari sumber datanya, pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data sedangkan sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Kuesioner (Angket)

Menurut Munandar et al., (2022:350) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan daftar pernyataan atau daftar isian

terhadap objek yang akan diteliti. Data kuesioner tersebut nantinya diukur dan dianalisis secara statistik. Pengukuran data kuesioner dapat dilakukan dengan pemberian skor, dimana jawaban responden pada kuesioner diubah menjadi berbentuk angka atau disebut skala likert. Skala likert merupakan perbandingan ukuran yang dirancang untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial (Bahrin, Alifah, & Mulyono, 2018; Saputra & Nugroho, 2017). Bentuk instrumen skala likert yaitu dengan pemberian skor, dimana memberikan skor ini berupa skala dengan 5 poin. Skala 5 poin tersebut memiliki bobot skor dengan pernyataan positif dan negatif.

2. *Participant Observer*

Menurut Munandar et al., (2022:353) observasi merupakan metode pengumpulan data dengan menggunakan indra yang dimiliki oleh *observer* serta alat indra dijadikan sebagai alat utama dalam menggunakan observasi. Intinya *participant observer* itu teknik pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung dan ikut terlibat dalam kegiatan sehari-hari.

3. Studi Pustaka

Menurut Munandar et al., (2022:9) studi pustaka merupakan sebuah proses mencari, membaca, memahami, dan menganalisis berbagai literatur, hasil kajian (hasil penelitian) atau studi yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan.

4. Wawancara Mendalam

Menurut Munandar et al., (2022:347) wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dengan cara tanya jawab kepada objek yang akan diteliti atau kepada perantara yang mengetahui persoalan dari objek yang akan diteliti.

5. Dokumentasi

Menurut Munandar et al., (2022:338) dokumentasi merupakan pencatatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan atau gambar. Metode dokumentasi ini disebut teknik pengumpulan data yang mudah karena apabila terdapat kesalahan atau kekeliruan pada penelitian, maka sumber datanya tidak akan berubah.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif karena penelitian ini menguji hipotesis dan mengukur tingkat variabelnya, dimana variabel independennya merupakan Kepuasan Nasabah (X) dalam menggunakan wondr by BNI dan variabel dependen merupakan *Company Image* (Y). Hasil dari data tersebut nantinya akan diukur dan diolah menggunakan analisis statistik. Dengan diukur menggunakan angka atau skor dari hasil pernyataan kusioner responden.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2019:296) sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang diperoleh ini didapat melalui kuesioner. Sehingga penelitian ini

menggunakan sumber data primer karena membutuhkan data secara langsung kepada responden dari penyebaran kuesioner di lingkungan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singapura. Kemudian sumber data yang digunakan selanjutnya yaitu sumber data sekunder, dimana menurut Sugiyono (2019:296) sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sehingga dalam penelitian ini perlu menggunakan sumber data sekunder karena untuk mengetahui jumlah data nasabah wiraswasta yang menggunakan aplikasi wondr by BNI di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singapura untuk penentuan populasi, mengetahui profil perusahaan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singapura, dan perlu adanya referensi dari buku maupun jurnal dari penelitian terdahulu yang relevan mengenai kepuasan nasabah dan *company image*.

Dalam penelitian ini, digunakan kuesioner yang menyediakan pernyataan untuk dipilih oleh responden. Kuesioner ini menggunakan skala bertingkat, yaitu skala likert. Menurut Sugiyono (2019:146) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Pada kusioner 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.

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: Data diolah oleh penulis, 2026

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sehingga populasi bukan hanya sekedar orang tetapi jumlah yang meliputi karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut.

Dalam penelitian ini, populasi sasaran yang dituju yaitu nasabah wiraswasta. Melalui situs BNI, bahwa berdasarkan laporan publikasi BNI per Maret 2025 melaporkan terdapat 6.908 mitra UMKM yang aktif. Tetapi populasi sasaran tersebut diperkecil lagi sesuai dengan judul penelitian yaitu pengaruh kepuasan nasabah dalam menggunakan wondr by BNI terhadap *company image* (studi pada nasabah wiraswasta di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna) yang berarti populasi sasaran utamanya yaitu nasabah wiraswasta yang aktif menggunakan layanan aplikasi wondr by BNI di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna. Berdasarkan data sekunder yang diperoleh dari internal bank melalui hasil wawancara mendalam, terdapat 111 nasabah wiraswasta UMKM

yang aktif menggunakan layanan wondr by BNI pada periode tahun 2025-2026. Jumlah tersebut kemudian akan ditetapkan menjadi populasi sasaran dalam penelitian ini.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam menentukan sampel perlu beberapa teknik sampling, yang dimana menurut Sugiyono (2019:128) teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Pada penelitian ini, teknik sampling yang digunakan yaitu *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan model teknik *Purposive Sampling*, yang dimana menurut Sugiyono (2019:133) *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sehingga penentuan model teknik sampling ini dapat disesuaikan dengan sasaran penelitian tersebut. Berikut kriteria nasabah yang menjadi responden pada penelitian ini, meliputi:

- a. Nasabah wiraswasta PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna.
- b. Nasabah wiraswasta yang aktif menggunakan wondr by BNI.
- c. Nasabah wiraswasta pelaku Pemilik Usaha Kecil & Menengah (UMKM).
- d. Nasabah wiraswasta yang aktif menggunakan fitur QRIS melalui aplikasi wondr by BNI.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Slovin*, untuk mengetahui berapa jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini.

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (5%)

Penentuan tingkat kesalahan sampel dengan angka 5% ini dianggap sebagai keseimbangan dan kemudahan dibandingkan menggunakan 1% karena akan membutuhkan banyak sampel dan 10% yang sangat beresiko karena terlalu rendah. Mengingat pada penelitian ini ditujukan kepada nasabah wiraswasta, maka tingkat kesalahan 5% ini mampu mengefisiensikan dalam pengumpulan data. Dengan populasi 111 nasabah wiraswasta melalui sumber data sekunder dari hasil wawancara mendalam dengan pihak bank, memungkinkan peneliti mengambil sampel yang lebih kecil karena keterbatasan sumber daya peneliti yang mencakup waktu dan akses membuat pemilihan 5% ini sangat realistis. Selain itu, karakteristik nasabah wiraswasta dalam menggunakan wondr by BNI yang relatif sama untuk kebutuhan transaksi. Kemudian pertimbangan dalam pengambilan sampel, yang memungkinkan adanya potensi kesalahan responden dalam mengisi kuesioner karena ketidaktelitian dan jawaban yang asal-asalan. Sehingga dengan error 5% ini akan membantu ketidaksempurnaan respon dari responden, maka akan mengurangi risiko ketidakakuratan pada data kuesioner.

Berdasarkan penjelasan diatas, dengan menggunakan rumus *Slovin* ukuran sampel dapat diukur dan dihitung sebagai berikut:

$$N = 111$$

$$E = 5\%$$

$$n = \frac{111}{1 + 111(5\%)^2}$$

$$= 86,88$$

$$= 87$$

Maka dalam penelitian ini, nasabah wiraswasta di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna yang menggunakan aplikasi wondy by BNI sebanyak 111 populasi, sampel yang dipilih sebanyak 87 pengguna.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian ini menggunakan pendekatan untuk menjelaskan bagaimana dan seberapa besar pengaruh kepuasan nasabah dalam menggunakan wondr by BNI terhadap *company image* (studi pada nasabah wiraswasta). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan judul “Pengaruh Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan wondr by BNI Terhadap *Company image* (Studi pada Nasabah Wiraswasta di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna)”. Berikut adalah susunan variabelnya:

1. Variabel Independen

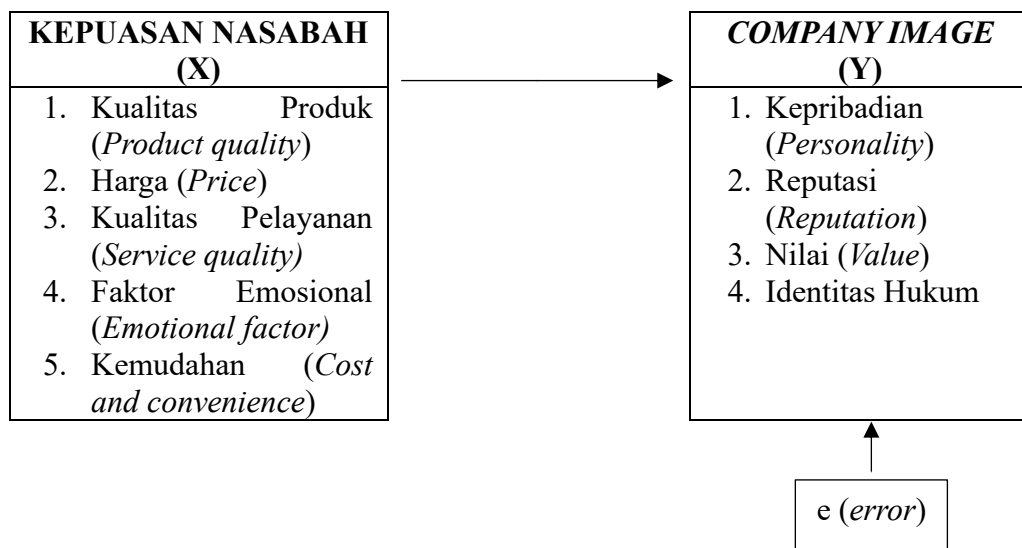
Variabel independen disebut juga variabel bebas atau *stimulus* yang dimana variabel ini menjadi sebab berubahnya variabel dependen. Variabel independen ini digunakan untuk mengukur sejauh mana faktor pada variabel

independen ini mampu mempengaruhi hasil perubahan variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, yang menjadi variabel independennya adalah Kepuasan Nasabah (X).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen disebut juga variabel terikat yang dimana variabel ini menjadi akibat adanya variabel independen. Variabel dependen menjadi variabel yang akan diukur, diamati, dan dijelaskan perubahannya mengikuti dari variabel independen. Dalam konteks penelitian ini, yang menjadi variabel dependennya adalah *Company image* (Y).

Dapat digambarkan dalam model penelitian yang digunakan sebagai berikut:



Gambar 3. 2 Model Penelitian

3.2.5 Teknik Analisis Data

3.2.5.1 Nilai Jenjang Interval

Nilai jenjang interval digunakan untuk menyusun tabel distribusi frekuensi. Nilai jenjang interval (NJI) merupakan sebuah rumus untuk menentukan skor total atau rata-rata responden dengan menggunakan skala likert. Sehingga nilai jenjang interval ini menekankan pada penelitian kuantitatif untuk menentukan ukuran interval dari hasil data kuesioner. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan nilai jenjang interval (NJI) untuk mengukur hasil kuesioner yang nantinya hasil survei tersebut akan dikelompokkan ke dalam kategori verbal dengan asumsi bahwa jarak antar kategori tersebut sama. Secara umum, rumus NJI dihitung sebagai berikut:

$$NJ I = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

3.2.5.2 Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019:206) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Uji ini dilakukan untuk peneliti memahami karakteristik data yang diolahnya.

3.2.5.3 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Uji Validitas

Uji validitas menurut Munandar et al., (2022:99) adalah sejauh mana sebuah alat ukur dapat mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Pada uji validitas ini dilakukan perbandingan nilai data dengan aturan yang berlaku. Uji validitas dalam penelitian kuantitatif melalui kuesioner digunakan untuk mengukur persepsi terhadap dimensi kualitas data dan diukur dengan melakukan korelasi antara skor pernyataan dalam kuesioner yang telah dibuat. Pengukuran uji validitas menggunakan *Pearson Correlation*, dimana jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka akan dikatakan valid untuk mengukur variabel kepuasan nasabah terhadap *company image*. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan IBM SPSS 27 *for windows*.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Munandar et al., (2022:105) alat ukur yang dapat diandalkan untuk menghasilkan hasil yang sama atau sebanding secara konsisten atas pengukuran berulang. Sehingga uji reliabilitas ini digunakan untuk mengukur kestabilan kuesioner penelitian. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan IBM SPSS 27 *for windows*. Pengukuran reliabilitas yang digunakan yaitu menggunakan alat uji statistik *Cronbach's Alpha* untuk menilai kuesioner. Dengan nilai berkisar antara 0 hingga 1, kriteria menafsirkan sebagai berikut:

- a. Nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,7$ maka data dianggap memiliki keandalan yang kuat.
- b. Nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka data dianggap memiliki keandalan yang cukup.
- c. Nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ maka data dianggap belum dapat diandalkan.

3.2.5.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan syarat utama dalam statistik parametrik karena untuk menghasilkan data tersebut valid. Menurut Ghazali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji pada model regresi, variabel pengganggu atau *residual* memiliki distribusi normal. Mengingat syarat utama statistik parametrik memerlukan data yang berskala interval, maka data asli dalam penelitian ini yang awalnya berskala ordinal kemudian ditransformasikan menjadi skala interval menggunakan *Method of Successive Intervals* (MSI). Selanjutnya uji normalitas dilakukan terhadap nilai *residual* dari data hasil transformasi MSI dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan dibantu menggunakan IBM SPSS 27 *for windows*.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu uji asumsi klasik yang wajib dipenuhi dalam statistik parametrik. Menurut Ghazali (2018:137) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi terjadi

ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari *residual* dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik itu yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada pengujian ini disyaratkan data berskala interval, maka data penelitian yang awalnya berskala ordinal kemudian ditransformasikan menggunakan *Method of Successive Intervals* (MSI). Setelah data telah ditransformasikan ke MSI maka model regresi akan diolah dalam menggunakan metode Uji *Scatterplot* dan Uji Glejser dengan bantuan menggunakan IBM SPSS 27 *for windows*.

3.2.5.5 Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2019:270) analisis regresi linier sederhana dapat dilanjutkan dengan menghitung persamaan regresinya, persamaan regresi dapat digunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen jika nilai variabel independen yang diubah. Teknik analisis regresi linier sederhana ini digunakan pada penelitian ini karena untuk menguji serta mengetahui hubungan pengaruh kedua variabel yaitu kepuasan nasabah (X) dan *company image* (Y). Mengingat analisis regresi linear sederhana merupakan bagian dari statistik parametrik, maka mensyaratkan skala pengukuran data interval, maka data penelitian yang diperoleh dari kuesioner yang berskala ordinal harus ditransformasikan menggunakan *Method of Successive Intervals* (MSI). Setelah data ditransformasikan menjadi skala interval, kemudian data data akan diolah menggunakan bantuan IBM SPSS 27 *for windows*. Untuk

menguji hubungan pengaruh kedua variabel tersebut terdapat persamaan umum dari teknis analisis regresi linier sederhana, yaitu:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen yang diprediksikan nilainya

a = Konstanta (nilai Y ketika $X=0$)

b = Koefisien regresi, menunjukkan besarnya peningkatan atau penurunan variabel dependen (Y) yang didasarkan pada variabel independen (X)

X = Variabel independen

Persamaan ini dapat memperkirakan nilai variabel dependen (Y) jika nilai variabel independen (X) telah diketahui

3.2.5.6 Uji Hipotesis

Uji T atau disebut juga uji parsial ini merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis. Menurut Ghazali (2018:99) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Yang berarti untuk mengetahui kepuasan nasabah dalam menggunakan wondr by BNI berpengaruh signifikan terhadap *company image* secara parsial pada nasabah wiraswasta di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singapura. Mengingat uji hipotesis merupakan bagian dari statistik parametrik, maka pengujian ini disyaratkan untuk menggunakan data yang berskala interval. Oleh karena itu, uji hipotesis dilakukan menggunakan data hasil transformasi *Method of Successive Intervals* (MSI) yang mengubah data

ordinal menjadi interval. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan IBM SPSS 27 *for windows*, dimana hipotesisnya yaitu:

Berdasarkan nilai signifikansi (*Sig.*):

- a. Jika nilai *Sig.* $< 0,05$, maka H_0 dan H_1 diterima, yang berarti bahwa variabel Kepuasan Nasabah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *Company Image*.
- b. Jika nilai *Sig.* $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti bahwa variabel Kepuasan Nasabah secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *Company Image*.

Berdasarkan perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} :

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa variabel Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap variabel *Company Image*.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti bahwa variabel Kepuasan Nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *Company Image*.

3.2.5.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Sehingga mampu mengukur kepuasan nasabah dalam menggunakan wondr by BNI dalam memberikan pengaruh terhadap *company image* di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor

Cabang Pembantu Singapura. Selanjutnya, untuk mengukur uji koefisien determinasi data harus ditransformasikan menjadi interval dengan menggunakan *Method of Successive Intervals* (MSI) karena syarat uji tersebut harus mengubah data ordinal menjadi data interval. Berikut penjelasan hasil pengukurannya:

- a. Nilai R^2 mendekati 1, berarti variabel-variabel dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen sehingga kepuasan nasabah dalam menggunakan wondr by BNI ini mampu berpengaruh sangat kuat terhadap *company image* PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singapura.
- b. Nilai R^2 mendekati 0, berarti variabel-variabel dependen sangat terbatas sehingga kepuasan nasabah dalam menggunakan wondr by BNI ini tidak mampu berpengaruh atau sangat lemah terhadap *company image* PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singapura.