

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian menurut Sugiyono (2023:67), adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh. Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah *customer experience* dalam layanan *digital banking* dan kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KCP Universitas Siliwangi. Penelitian ini difokuskan pada nasabah aktif pengguna layanan digital pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KCP Universitas Siliwangi dalam melakukan transaksi perbankan.

Pemilihan objek penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa nasabah Bank Negara Indonesia merupakan kelompok yang aktif menggunakan layanan perbankan digital, baik untuk kebutuhan transaksi sehari-hari seperti pembayaran, transfer, maupun layanan keuangan lainnya, sehingga relevan dijadikan objek penelitian terkait *customer experience* dan kepuasan nasabah.

3.1.1. Sejarah dan Profil Perusahaan

PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk (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).

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 di tengah industri perbankan nasional, BNI melakukan sejumlah aksi korporasi, antara lain proses rekapitalisasi oleh Pemerintah di tahun 1999, divestasi saham Pemerintah di tahun 2007, dan penawaran umum saham terbatas di tahun 2010.

3.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.

Menjadi Lembaga Keuangan yang terunggul dalam layanan dan kinerja secara berkelanjutan

b. Misi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.

1. Memberikan layanan prima dan solusi digital kepada seluruh nasabah sebagai mitra bisnis pilihan utama
2. Memperkuat layanan internasional untuk mendukung kebutuhan mitra bisnis global.
3. Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi para investor
4. Menciptakan kondisi terbaik bagi karyawan sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
5. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan serta Masyarakat
6. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik bagi industri perbankan.

3.2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai variable-variable yang diteliti melalui pengumpulan data berupa angka dan mengolahnya dengan teknik statistik. Pendekatan deskriptif kuantitatif menekankan pada pemaparan kondisi realitas fenomena berdasarkan data nyata dari responden, tanpa melakukan manipulasi variable (Sugiyono, 2023)

Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel yang diteliti. Kuesioner tersebut disebarikan kepada nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KCP Universitas Siliwangi yang merupakan pengguna aktif layanan digital pada Bank Negara Indonesia. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan uji pengaruh untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

3.2.1. Jenis Penelitian

Penelitian dikategorikan kedalam penelitian kuantitatif deskriptif karena fokus utamanya adalah menguji bagaimana pengaruh *customer experience* dalam layanan digital terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KCP Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya. Selain itu, penelitian ini juga melibatkan analisis hubungan antarvariable untuk melihat sejauh mana variable independent dapat berhubungan dengan variable dependen berdasarkan data yang diperoleh. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya memberikan gambaran nilai setiap variable, tetapi juga memberikan informasi mengenai hubungan antarvariable berdasarkan pengolahan statistik.

Dengan penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui metode survei, yaitu pendekatan penelitian di mana data diperoleh dari responden yang dipilih dari populasi tertentu dan dijadikan sebagai representasi untuk penelitian. Menurut

Creswell (2014:183), metode survei merupakan pendekatan yang tepat untuk memperoleh data kuantitatif dari sejumlah besar responden dalam waktu yang relatif singkat. Data yang berhasil dikumpulkan akan dianalisis secara kuantitatif untuk menjelaskan secara menyeluruh tentang *customer experience* dengan kepuasan nasabah pada nasabah aktif yang menjadi populasi penelitian tersebut.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Customer experience (X)</i> (Schmitt, 1999)	a. <i>Sense</i> (Pengalaman indrawi)	1. Tampilan layanan digital yang menarik dan mudah dipahami. 2. Tata letak menu layanan yang jelas dan terstruktur. 3. Desain sistem layanan digital yang nyaman untuk digunakan.	Ordinal
	b. <i>Feel</i> (Pengalaman emosional)	1. Merasa nyaman saat menggunakan layanan digital perbankan. 2. Merasa aman saat melakukan transaksi melalui layanan digital.	Ordinal

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
		3. Merasa puas terhadap pengalaman menggunakan layanan digital perbankan	
	c. <i>Think</i> (Pengalaman Kognitif)	1. informasi yang tersedia pada layanan digital mudah dipahami. 2. Proses transaksi yang dilakukan tidak membingungkan. 3. Fitur layanan digital membantu memenuhi kebutuhan transaksi perbankan.	Ordinal
	d. <i>Act</i> (Pengalaman Perilaku)	1. Layanan digital mempermudah aktivitas transaksi perbankan. 2. Proses transaksi dapat dilakukan secara cepat dan efisien. 3. Layanan digital dapat digunakan secara fleksibel kapan saja dan dimana saja.	Ordinal
	e. <i>Relate</i> (Pengalaman Sosial)	1. Merasa puas menggunakan layanan digital yang disediakan oleh bank. 2. Bersedia merekomendasikan layanan digital tersebut kepada orang lain. 3. Merasa memiliki kepercayaan terhadap	Ordinal

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
		layanan digital yang digunakan.	
Kepuasan Nasabah (Y) (Kotler & Keller, 2016)	a. <i>Expectation confirmation</i> (Kesesuaian Harapan)	1. Layanan digital perbankan yang digunakan sesuai dengan harapan nasabah. 2. Fitur dan fasilitas layanan digital mampu memenuhi kebutuhan transaksi nasabah. 3. Pengalaman menggunakan layanan digital sesuai dengan yang diharapkan.	Ordinal
	b. <i>Overall satisfaction</i> (Kepuasan Terhadap Layanan)	1. Nasabah merasa puas terhadap layanan digital yang disediakan oleh bank. 2. Layanan digital memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. 3. Layanan digital memberikan kenyamanan dalam melakukan transaksi.	Ordinal
	c. <i>Repurchase intention</i> (Minat Menggunakan Kembali)	1. Nasabah memiliki keinginan untuk terus menggunakan layanan digital perbankan.	Ordinal

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
		2. Nasabah menjadikan layanan digital sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi. 3. Nasabah merasa layanan digital membantu aktivitas transaksi sehari-hari.	
	d. <i>Word of mouth</i> (Kesediaan Merekomendasikan)	1. Nasabah bersedia merekomendasikan layanan digital perbankan kepada orang lain. 3. Nasabah memiliki pandangan positif terhadap layanan digital yang digunakan. 3. Nasabah menilai layanan digital tersebut layak untuk digunakan oleh orang lain.	Ordinal

3.2.3. Teknik Pengumpulan Data

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

- a. Menurut Sugiyono (2023:199), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, kuesioner

disebarkan kepada nasabah aktif pengguna layanan *digital banking* untuk memperoleh data mengenai persepsi responden terhadap variabel penelitian yang diteliti.

- b. Menurut Sugiyono (2023:203), observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik dibandingkan dengan teknik lainnya, yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas penggunaan layanan *digital banking* serta kondisi pelayanan yang berkaitan dengan penelitian.
- c. Menurut Sugiyono (2023:84), studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari berbagai referensi seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian. Studi pustaka dalam penelitian ini digunakan sebagai landasan teori dan pendukung dalam penyusunan penelitian mengenai layanan *digital banking*.
- d. Menurut Sugiyono (2023:195), wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan narasumber untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada beberapa nasabah dan pihak terkait guna memperoleh informasi tambahan mengenai penggunaan layanan *digital banking*.

- e. Menurut Sugiyono (2023:240), dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dokumen, gambar, atau data pendukung lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan mengambil foto kegiatan penelitian, pengisian kuesioner, serta data pendukung lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

3.2.3.1. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, yang mengacu pada pengumpulan dan analisis data dalam bentuk angka atau variable numerik. Dalam konteks ini, variabel bebas adalah *customer experience* (X), dan variabel terikat adalah kepuasan nasabah (Y). Data *customer experience* akan diukur dengan angka atau skor, misalnya melalui survei dengan pertanyaan-pertanyaan terstruktur yang meminta responden untuk memberikan penilaian numerik terhadap berbagai aspek kepuasan nasabah.

b. Sumber Data

Dalam rangka mengolah data dan mencari solusi terhadap masalah yang ada, penulis melakukan pengumpulan data. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dari:

1. Data primer

Menurut Sugiyono (2023:9), Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara, kuesioner,

dan observasi. Data primer ini diperoleh melalui pembuatan kuesioner. Dalam konteks ini, kuesioner dirancang untuk menilai persepsi nasabah terhadap *customer experience* dalam layanan digital dan tingkat kepuasan nasabah.

Dalam penelitian ini, digunakan kuesioner tertutup yang menyajikan opsi jawaban yang telah ditentukan, membolehkan partisipan untuk memilih dengan segera. Kuesioner ini mengadopsi skala bertingkat, dengan variasi skala *Likert* yang terdiri dari lima alternatif yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Konsep skala *Likert*, Menurut Sugiyono (2023:146), dimanfaatkan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial.

2. Data Sekunder

Selain data primer, penelitian ini juga akan memanfaatkan data sekunder. Data sekunder merupakan informasi yang sudah ada dan dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya. Misalnya, data histori kinerja penggunaan layanan *digital banking* dari PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KCP Universitas Siliwangi. Penggunaan data sekunder dapat memberikan konteks lebih lanjut, mendukung analisis kuantitatif, dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif terkait variabel bebas (*customer experience*) dan variabel terikat (kepuasan nasabah) dalam penelitian ini.

3.2.3.2. Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2023:126), 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. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah nasabah aktif pengguna layanan digital pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, KCP Universitas Siliwangi. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari 4.400 yang menjadi nasabah aktif pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KCP Universitas Siliwangi.

3.2.3.3. Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2023:127), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan jumlah dan jenis sampel yang akan diteliti berdasarkan karakteristik populasi dan tujuan penelitian. Teknik *sampling* umumnya dibagi menjadi dua kelompok, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

Menurut Sugiyono (2023:129) *probability sampling* adalah Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Sedangkan *Nonprobability* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. (Sugiyono, 2023:131).

Dalam penelitian ini, teknik *sampling* yang digunakan merupakan *nonprobability sampling* dengan teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*.

Purposive sampling menurut Sugiyono (2023:133) yaitu adalah teknik yang menjadi penentu sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik yang digunakan ini bila peneliti memiliki suatu pertimbangan sendiri terhadap orang yang dijadikan sampel karena dianggap paling mengetahui mengenai masalah yang diteliti. Berikut ini merupakan kriteria nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini:

- a. Nasabah aktif pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KCP Universitas Siliwangi.
- b. Berusia 18 tahun hingga 50 tahun.
- c. Menggunakan layanan digital yang merupakan salah satu alat transaksi harian.

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

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

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Error Level (tingkat kesalahan) 10%

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dengan menggunakan rumus Slovin ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$N = 4.400 \text{ Nasabah}$$

$$e = 10\%$$

$$n = \frac{4.400}{1 + 4.400(10\%)^2} = 97,78$$

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah nasabah aktif pengguna layanan *digital banking* pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KCP Universitas Siliwangi dengan jumlah populasi sebanyak 4.400 nasabah. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (error tolerance) sebesar 10%. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus tersebut diperoleh nilai sampel sebesar 97,78 yang kemudian dibulatkan menjadi 98 responden. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 nasabah aktif pengguna layanan digital. Penggunaan rumus Slovin dalam penelitian ini bertujuan untuk menentukan jumlah sampel yang representatif sehingga dapat mewakili populasi penelitian dengan tingkat kesalahan yang masih dapat diterima, yaitu sebesar 10%. Dengan tingkat kesalahan tersebut, tingkat kepercayaan (*confidence level*) dalam penelitian ini adalah sebesar 90%, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat menggambarkan kondisi populasi secara cukup representatif.

3.2.4. Model Penelitian

Model penelitian ini merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengetahui, menganalisis, serta menjelaskan pengaruh *customer experience* dalam

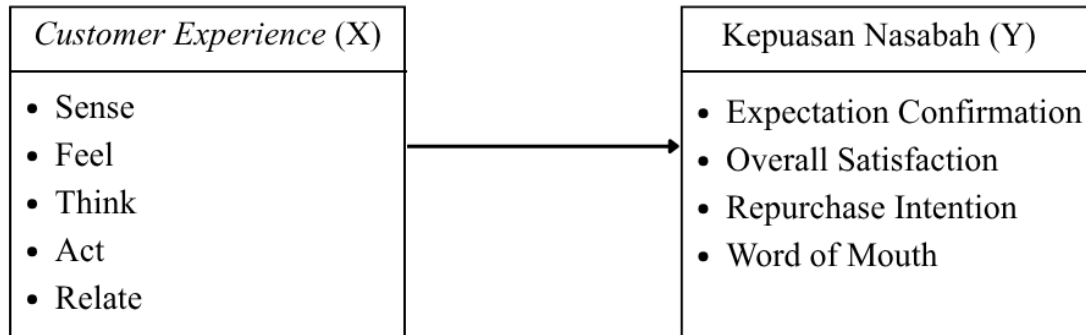
layanan *digital banking* terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KCP Universitas Siliwangi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan judul “Pengaruh *Customer Experience* dalam Layanan *Digital Banking* terhadap Kepuasan Nasabah (Studi kasus nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KCP Universitas Siliwangi)”.

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variable yang digunakan, yaitu variable bebas (*independent*) dan variable terikat (*dependent*). Berikut ini merupakan penjelasan mengenai susunan variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Variabel Bebas (*Independent*): Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, atau *antecedent*. Dalam penelitian ini, variabel bebas adalah *customer experience* (X). Variabel ini dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variable terikat.
2. Variabel Terikat (*Dependent*): Variabel ini juga dikenal sebagai variabel *output*, kriteria, atau konsekuensi. Dalam penelitian ini, variabel terikat adalah Kepuasan Nasabah (Y). Variabel ini merupakan hasil yang dipengaruhi oleh variabel bebas, yaitu *customer experience*.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, penelitian ini menjelaskan adanya hubungan antara *customer experience* dengan kepuasan nasabah. Hubungan antarvariabel tersebut dapat digambarkan dalam model penelitian sebagai

berikut:



Gambar 3. 1 Model Penelitian

3.2.5. Teknik Analisis Deskriptif

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi kapasitas instrumen penelitian, seperti kuesioner, untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner benar-benar relevan dan mencerminkan variabel yang diteliti, yaitu *customer experience* dan kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode *Pearson Product Moment Correlation*, yaitu dengan melihat hubungan antara skor masing-masing item pertanyaan dengan skor total variabel. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka item pertanyaan dinyatakan valid.
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 25 for Windows.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian dalam menghasilkan data yang dapat dipercaya. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang relatif sama ketika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha untuk mengukur konsistensi antar item pertanyaan dalam kuesioner. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

2. Nilai Jenjang Interval

Nilai Jenjang Interval (NJI) digunakan untuk menginterpretasikan hasil perhitungan skor rata-rata dari jawaban responden ke dalam kategori tertentu. Dalam penelitian ini digunakan skala Likert dengan lima tingkatan, diantaranya:

- | | | |
|----|---------------------------|-----|
| 1. | Sangat Setuju (SS) | : 5 |
| 2. | Setuju (S) | : 4 |
| 3. | Netral (N) | : 3 |
| 4. | Tidak Setuju (TS) | : 2 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju (STS) | : 1 |

Untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, perhitungan frekuensi jawaban dari setiap pilihan jawaban akan dijumlahkan.

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

Setelah nilai rata-rata jawaban di ketahui, kemudian hasil tersebut di interpretasikan dengan alat bantu tabel kontinum, sebagai berikut:

- a. Indeks Minimum : 1
- b. Indeks Maksimum : 5
- c. Interval : $5 - 1 = 4$
- d. Jarak Interval : $(5 - 1) : 5 = 0,8$

Tabel 3. 2 Kategori Interval

Interval		Kategori
1,00	1,80	Sangat Tidak Baik
1,81	2,60	Tidak Baik
2,61	3,40	Netral
3,41	4,20	Baik
4,21	5,00	Sangat Baik

Kategori tersebut digunakan untuk menginterpretasikan nilai rata-rata dari masing-masing variabel penelitian, yaitu *customer experience* dan kepuasan nasabah.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Data yang berdistribusi normal merupakan salah satu syarat dalam analisis regresi. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov melalui bantuan program SPSS. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser melalui program SPSS. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara residual pada suatu periode dengan periode lainnya dalam model regresi. Pada penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan metode Durbin-Watson

(DW). Nilai Durbin-Watson berada pada rentang 0 sampai 4, di mana nilai yang mendekati 2 menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi. Sebaliknya, nilai yang lebih kecil dari 2 mengindikasikan adanya autokorelasi positif, sedangkan nilai yang lebih besar dari 2 menunjukkan adanya autokorelasi negatif. Oleh karena itu, model regresi yang baik adalah model yang tidak mengandung autokorelasi sehingga memenuhi asumsi klasik. Pengambilan keputusan pada uji Durbin Watson adalah sebagai berikut :

- a. $DU \leq DW \leq 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- b. $DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- c. $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- d. $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$ artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh *customer experience* dalam layanan digital (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dalam penelitian. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *customer experience* dalam layanan digital terhadap Kepuasan Nasabah. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1, semakin baik model regresi dalam menjelaskan variabel dependen.

7. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji T digunakan untuk mengetahui apakah *customer experience* dalam layanan digital berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pengguna layanan digital bank BNI tersebut.

Hipotesis yang diuji adalah:

- a. H_0 (Hipotesis Nol): Tidak ada pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan nasabah (koefisien regresi = 0).
- b. H_1 (Hipotesis Alternatif): Ada pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan nasabah (koefisien regresi $\neq 0$).

Jika $p\text{-value} < 0,05$, maka H_0 ditolak, yang berarti ada pengaruh signifikan dari *customer experience* terhadap kepuasan nasabah. Sebaliknya, jika $p\text{-value} > 0,05$, maka H_0 tidak ditolak.