

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian merupakan suatu alat yang didalam pencapaian tujuannya berguna untuk memecahkan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2019:1) “Metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memecahkan permasalahan yang diteliti dengan cara yang sesuai prosedur penelitian. Metode penelitian yang digunakan ialah melalui pendekatan kuantitatif.

Secara rinci teknik pengumpulan data yang dilakukan pada nasabah pengguna BRI *mobile* (BRImo) dengan menggunakan metode survei, dimana peneliti melakukannya untuk mendapatkan data yang sesuai untuk memecahkan masalah, pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara. Menurut Sugiyono (2019:36) “Metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan”. Tujuan penelitian survei adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail dengan latar belakang, sifat-sifat, serta karakteristik yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum.

Data penelitian yang diperoleh tersebut, dianalisis secara kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:15) “Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verikatif.

Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2019:59) “Yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”. Metode penelitian deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah nomor 1,2 dan 3 yaitu bagaimana tanggapan nasabah mengenai kualitas layanan BRI *mobile* (BRImo) di BRI Cabang Cimahi, bagaimana tanggapan nasabah mengenai promosi pada BRI *mobile* (BRImo) yang ditawarkan BRI Cabang Cimahi dan bagaimana tanggapan nasabah dalam menggunakan BRI *mobile* (BRImo) pada BRI Cabang Cimahi.

Metode verifikatif menurut Sugiyono (2019:60) “Adalah suatu penelitian yang digunakan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Metode verifikatif ini digunakan untuk menjawab pada rumusan masalah yang terakhir, yaitu seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan aplikasi BRI *mobile* (BRImo) baik secara simultan maupun parsial.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel penelitian secara spesifiknya merupakan suatu atribut, nilai atau sifat, individu atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu antara satu dengan yang lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti. Definisi variabel dalam penelitian ini menjelaskan jenis-jenis variabel yang dapat diklasifikasikan berdasarkan fungsi variabel dalam hubungan antar variabel serta skala variabel yang digunakan. Operasionalisasi variabel menjabarkan variabel atau sub variabel kepada konsep, dimensi, indikator yang diarahkan untuk memperoleh nilai variabel penelitian. Operasionalisasi variabel pada penelitian juga merupakan unsur terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil rumusah masalah.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2019:55) “Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*), dan variabel terikat (*dependent variable*). Penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang harus ditetapkan sebelum memperoleh atau memulai pengumpulan data. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

Pengertian variabel bebas (*independent variable*) dalam Sugiyono (2019:57) “Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Selanjutnya variabel terikat (*dependent variable*) dalam Sugiyono (2019:57) “Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (*independent variable*)”.

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yang digunakan yaitu variabel Kualitas Layanan (X_1), Promosi (X_2) dan Kepuasan (Y). Variabel kualitas layanan dan promosi adalah variabel bebas (*independent variable*) sedangkan kepuasan adalah variabel terikat (*dependent variable*). Berikut adalah definisi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Kualitas Layanan (X_1)

Menurut J. Paul Petter *and* James H. Donnelly (2020:173) “*Services marketing is also used to describe activities performed by sellers and others that accompany the sale of a product and that aid in its exchange or its utilization. Such services are either presale or postsale and supplement the product but do not comprise it*”.

2. Promosi (X_2)

Menurut Philip Kotler *and* Gary Armstrong (2018:76) menyatakan bahwa “*Promotion mean activities that communicate the merits the product or services and persuade target customer to buy it*”.

3. Kepuasan (Y)

Menurut Fandy Tjiptono (2019:379) mendefinisikan bahwa “Kepuasan merupakan evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif

produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum penggunaan”.

Setelah peneliti menjabarkan definisi-definisi dari setiap variabel penelitian maka pada sub bab berikutnya peneliti akan menjabarkan operasional variabel guna memperjelas variabel-variabel dalam penelitian ini.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel bertujuan untuk memudahkan proses mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari para responden. Selain itu, operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui ukurannya. Operasionalisasi variabel sebagai upaya penelitian untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi nama variabel, konsep variabel, indikator, ukuran dan skala. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti yaitu kualitas layanan sebagai variabel bebas pertama (X1), promosi sebagai variabel bebas kedua (X2), dan kepuasan sebagai variabel terikat (Y).

Dimana terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala. Data skala ordinal adalah data yang diperoleh dengan cara kategorisasi atau klasifikasi tetapi diantara data tersebut terdapat hubungan atau tingkatan operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel-variabel yang menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui klasifikasi ukurannya. Berikut

operasionalisasi variabel yang di teliti dapat di lihat pada Tabel 3.1 pada halaman selanjutnya.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<p>Kualitas Layanan (X1)</p> <p><i>Services marketing is also used to describe activities performed by sellers and others that accompany the sale of a product and that aid in its exchange or its utilization. Such services are either presale or postsale and supplement the product but do not comprise it.</i></p> <p>J. Paul Petter and James H. Donnelly (2020:173)</p>	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	Kemenarikan visual tampilan aplikasi BRI <i>mobile</i> (BRImo)	Tingkat kemenarikan visual tampilan aplikasi BRI <i>mobile</i> (BRImo)	Ordinal	1
		Kecepatan akses aplikasi BRI <i>mobile</i> (BRImo)	Tingkat kecepatan akses aplikasi BRI <i>mobile</i> (BRImo)	Ordinal	2
	Empati (<i>Emphaty</i>)	Ketersediaan <i>customer service</i> dalam dalam memenuhi keinginan nasabah	Tingkat ketersediaan <i>customer service</i> dalam dalam memenuhi keinginan nasabah	Ordinal	3
		Pelayanan <i>customer service</i> yang ramah terhadap nasabah	Tingkat pelayanan <i>customer service</i> yang ramah terhadap nasabah	Ordinal	4
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Menyediakan kemudahan akses untuk berbagai keperluan nasabah BRI	Tingkat menyediakan kemudahan akses untuk berbagai keperluan nasabah BRI	Ordinal	5
		Kemampuan BRI dalam memikat nasabah untuk menggunakan BRI <i>mobile</i> (BRImo)	Tingkat kemampuan BRI dalam memikat nasabah untuk menggunakan BRI <i>mobile</i> (BRImo)	Ordinal	6
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Kesiapan <i>customer service</i> dalam memberikan bantuan	Tingkat kesiapan <i>customer service</i> dalam memberikan bantuan	Ordinal	7
		Kecepatan customer service dalam	Tingkat kecepatan customer	Ordinal	8

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		menangani keluhan nasabah	<i>service</i> dalam menangani keluhan nasabah	Ordinal	8
	Jaminan (Assurance)	Jaminan kerahasiaan data dan informasi pribadi nasabah	Tingkat jaminan kerahasiaan data dan informasi pribadi nasabah	Ordinal	9
		Informasi adanya gangguan penyusup	Tingkat informasi adanya gangguan penyusup	Ordinal	10
Promosi (X2) <i>Promotion mean activities that communicate the merits the product or services and persuade target customer to buy it.</i> Philip Kotler and Gary Armstrong (2018:76)	Periklanan (Advertising)	Tayangan iklan BRI <i>mobile</i> (BRImo) menarik di berbagai <i>platform</i> media sosial.	Tingkat tayangan iklan BRI <i>mobile</i> (BRImo) menarik di berbagai <i>platform</i> media sosial.	Ordinal	11
		Dampak iklan pada BRI <i>mobile</i> (BRImo)	Tingkat dampak iklan pada BRI <i>mobile</i> BRImo	Ordinal	12
	Promosi Penjualan (Sales Promotion)	BRI <i>mobile</i> (BRImo) memberikan <i>voucher</i> diskon kepada pengguna baru	BRI <i>mobile</i> (BRImo) memberikan <i>voucher</i> diskon kepada pengguna baru	Ordinal	13
		BRI memberikan <i>gift</i> kepada nasabah baru	Tingkat BRI memberikan <i>gift</i> kepada nasabah baru	Ordinal	14
	Penjualan Perseorangan (Personal Selling)	Ketepatan membentuk pemahaman nasabah terhadap produk layanan BRI <i>mobile</i> (BRImo)	Tingkat Ketepatan membentuk pemahaman nasabah terhadap produk BRI <i>mobile</i> (BRImo)	Ordinal	15
		Ketepatan membentuk pemahaman nasabah terhadap kualitas layanan	Tingkat ketepatan membentuk pemahaman nasabah terhadap kualitas layanan	Ordinal	16
	Hubungan Masyarakat (Public Relation)	BRI mengadakan <i>event</i> khusus	Tingkat <i>event</i> yang dilakukan	Ordinal	17

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	Ketepatan program untuk mempengaruhi persepsi, opini dan keyakinan nasabah pada BRI <i>mobile</i> (BRImo)	Tingkat daya tarik program untuk mempengaruhi persepsi, opini dan keyakinan nasabah pada BRI <i>mobile</i> (BRImo)	Ordinal	18
		Bri <i>mobile</i> (BRImo) menjadi <i>sponsorship</i> untuk berbagai event	Tingkat terlibat menjadi <i>sponsorship</i>	Ordinal	19
		Mengenalkan BRI <i>mobile</i> (BRImo) ke instansi-instansi sebagai media promosi	Tingkat pengenalan BRI <i>mobile</i> (BRImo) ke instansi-instansi sebagai media promosi	Ordinal	20
Kepuasan (Y) Kepuasan merupakan evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum penggunaan. Fandy Tjiptono (2019:379)	Kinerja (<i>Performance</i>)	Kepuasan terhadap kemampuan kualitas layanan BRI <i>mobile</i> (BRImo) dalam memberikan kecepatan dan kemudahan dalam transaksi	Tingkat kepuasan terhadap kemampuan kualitas layanan BRI <i>mobile</i> (BRImo) dalam memberikan kecepatan dan kemudahan dalam transaksi	Ordinal	21
		Nasabah merasa puas atas promosi yang diberikan BRI <i>mobile</i> (BRImo)	Tingkat nasabah merasa puas atas promosi yang diberikan BRI <i>mobile</i> (BRImo)	Ordinal	22
	Harapan (<i>Expectacion</i>)	Kualitas layanan BRI <i>mobile</i> (BRImo) sesuai dengan harapan nasabah	Tingkat Kualitas layanan BRI <i>mobile</i> (BRImo) sesuai dengan harapan	Ordinal	23
		Promosi yang diberikan oleh BRI Cabang Cimahi sesuai dengan harapan	Tingkat promosi yang diberikan oleh BRI Cabang Cimahi sesuai dengan harapan	Ordinal	24

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2023

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dan jumlah karakteristik yang dimiliki populasi yang disebut sampel, dan sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Populasi harus mempunyai karakteristik yang sama dan menjadi objek inferensi. Populasi menurut Sugiyono (2019:130) menyatakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi penelitian dalam penyusunan skripsi adalah para nasabah pengguna BRI *mobile* (BRImo) Cabang Cimahi. Berikut data pengguna BRI *mobile* (BRImo) dari bulan Januari-Desember 2022 yang peneliti gunakan dalam populasi:

Tabel 3.2
Data Jumlah Pengguna BRI *mobile* (BRImo) Cabang Cimahi
Periode Januari – Desember Tahun 2022

No	Bulan	Jumlah Pengguna (Orang)
1	Januari	1.840
2	Februari	2.160
3	Maret	2.117
4	April	3.087
5	Mei	1.668
6	Juni	1.410
7.	Juli	1475

Tabel 3.2 (Lanjutan)

No	Bulan	Jumlah Pengguna (Orang)
7	Agustus	1.698
8	September	2.493
9	Oktober	1.300
10	November	1.246
11	Desember	1.202
Jumlah		21.696
Rata-rata		1.808

Sumber: Data Internal Bank BRI Cabang Cimahi, 2022

3.3.2 Sampel

Pengambilan sampel penelitian dalam suatu penelitian harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh dan bersifat representatif, artinya dapat mewakili karakteristik dari populasi penelitian secara keseluruhan, atau dapat menggambarkan keadaan sebenarnya. Menurut Sugiyono (2019:131) menyatakan bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili)”. Penelitian ini mengambil sampel dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebanyak 10% dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin yang dapat ditunjukkan dihalam selanjutnya.

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang di tolelir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%).

Jumlah dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90% sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar:

$$\text{Rumus Slovin: } n = \frac{1.808}{1+1.808 (0,1)^2} = 94,7$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui untuk sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 94,7 responden . Untuk mengoptimalkan hasil penelitian yang lebih baik maka penulis membulatkan menjadi 95 responden yang akan dijadikan ukuran sampel.

3.3.3 Teknik *Sampling*

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2019:133) menjelaskan “Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Teknik *sampling* pada dasarnya dibagi menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*”. Teknik *probability sampling* menurut Sugiyono (2019:134) menjelaskan bahwa “*Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang

memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik pengumpulan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah adalah teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* menurut Sugiyono (2019:136) menjelaskan bahwa “*Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Tujuan peneliti menggunakan *non probability sampling* karena peneliti memiliki keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Berikut dilampirkan Tabel berisi karakteristik responden yang akan digunakan.

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	
1.	Jenis kelamin	Laki-laki
		Perempuan
2.	Usia	<20 Tahun
		20-30 Tahun
		31-40 Tahun
		41-50 Tahun
		>50 Tahun
3.	Profesi	Pelajar/Mahasiswa
		PNS/TNI/POLRI
		Pegawai Swasta
		Wiraswasta
		Lain-lain
4.	Pendapatan rata-rata setiap bulan	<Rp. 2.000.000
		Rp. 2.000.000 - Rp.3.000.000
		Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000
		Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000
		>Rp. 5.000.000
5.	Pertama kali mengenal Bank BRI	Televisi/Majalah/Medos
		Teman/Saudara/Relasi
		Staff Bank BRI
		Brosur

Tabel 3.3 (Lanjutan)

No	Karakteristik Responden	
		Lainnya
6.	Pengeluaran rata-rata setiap bulan	<Rp. 2.000.000
		Rp. 2.000.000 - Rp.3.000.000
		Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000
		Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000
		>Rp. 5.000.000
7.	Sudah berapa lama menjadi Nasabah BRI	<1 Tahun
		1-3 Tahun
		3-4 Tahun
		>4 Tahun
8.	Sudah berapa menggunakan BRI <i>mobile</i> (BRImo)	Belum pernah menggunakan
		>1 Tahun
		1-2 Tahun
		< 2 Tahun
9.	Berapa kali dalam sehari menggunakan BRI <i>mobile</i> (BRImo)	>1 Kali per hari
		1 Kali per hari
		1-3 Kali per hari
		3 Kali per hari

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2023

Data karakteristik di atas adalah batasan karakteristik orang yang akan menjadi sampel. Seperti yang disebutkan jika teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling*. Adapun jenis-jenis dari teknik *non probability sampling* yaitu *sampling* sistematis, *sampling* kuota, *sampling insidental*, *sampling purposive*, *sampling* jenuh, dan *snowball sampling*. Teknik *non probability sampling* yang dipilih yaitu jenis *sampling insidental*.

Menurut Sugiyono (2019:138) menjelaskan “*Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan bertemu dengan peneliti dirasa itu cocok digunakan sebagai sumber data.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Teknik pengumpulan data yang ada di dalam pengumpulan data ini didapatkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2019:213) mengatakan “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data untuk diteliti lebih lanjut”.

Menurut Sugiyono (2019:213) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian di lapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

a. Pengamatan (*Observation*)

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada Bank BRI Cabang Cimahi. Menurut Sugiyono (2019:223) menyebutkan “Observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti”.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada manajemen BRI Cabang Cimahi berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Selain itu wawancara dilakukan dengan nasabah maupun pihak pengguna BRI *mobile* (BRImo) Cabang Cimahi. Menurut Sugiyono (2019:214) menyebutkan “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti

ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.”.

c. Kuesioner

Kuesioner akan diberikan kepada nasabah atau pengguna BRI *mobile* (BRImo) Cabang Cimahi. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Menurut Sugiyono (2019:219) menyebutkan “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.” Bentuk kuesioner yang dibuat peneliti adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat nasabah mengenai kualitas layanan, promosi, dan kepuasan nasabah.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan antara lain data penjualan dan data pengunjung perusahaan yang berkaitan dengan objek. Data sekunder dapat diperoleh melalui beberapa cara yaitu:

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data sekunder berdasarkan literatur-literatur, buku-buku yang berkaitan dengan variabel penelitian dan bertujuan untuk mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

b. Jurnal

Jurnal merupakan publikasi ilmiah yang memuat hasil penelitian. Data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian dianggap relevan dengan topik pendidikan dan juga sebagai pembanding dengan penelitian yang peneliti teliti.

c. Internet

Internet adalah jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer di seluruh dunia. Dengan cara mencari data-data yang berhubungan dengan topik penelitian, yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya tulis.

Data-data tersebut sangat penting bagi kelengkapan analisis dari temuan hasil penelitian. Sumber data yang dimaksud adalah buku-buku dari berbagai referensi dan bahan-bahan pustaka lainnya yang berkaitan dengan masalah penelitian.

3.5 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden dan analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil

pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan dari setiap item kuesioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu kualitas layanan dan promosi terhadap variabel dependen yaitu kepuasan.

3.5.1 Uji Instrumen Penelitian

Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan dengan instrument penelitian menurut Sugiyono (2019:166) menyebutkan “Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan dua macam pengujian yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji reliabilitas (*test of reliability*).

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistenan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan

dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

3.5.1.1 Uji Validitas

Validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2019:198) “Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti”. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya. Peneliti dalam mencari nilai korelasi akan menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi *pearson product moment* dengan rumus menurut Sugiyono (2020:246) adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2) - (\sum X)^2 - (n\sum Y)^2 - (n(\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *product moment*

X = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

Y = Skor total instrumen

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum X$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ Tabel}$, maka instrumen atau *item* pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
2. Jika $r \text{ hitung} \leq r \text{ Tabel}$, maka instrumen atau *item* pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Sugiono (2019:199) menyatakan bahwa syarat minimum untuk suatu butir instrumen atau pernyataan dianggap valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,300 ke atas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi di bawah 0,300 harus di perbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil *output* SPSS pada Tabel dengan judul *item-Total Statistic*. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2019:185) menyatakan bahwa “Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas.

Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada persetujuan-persetujuan yang

sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *method Alpha Cronbach (CA)* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *spearman brown*, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut ini:

1. *Item* dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus:

$$r_b = \frac{n(\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{((n \sum A^2) - (n \sum B^2 - (\sum B)^2))}}$$

Dimana :

r = Koefesien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan genap

$\sum AB$ = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman Brown* sebagai berikut.

$$r = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Dimana :

r = Nilai reliabilitas

r_b = Korelasi pearson product moment antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya:

- a. Bila $r_{hitung} >$ dari r_{Tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel.
- b. Bila $r_{hitung} <$ dari r_{Tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel. Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas.

Hal tersebut juga dapat diartikan bahwa suatu alat ukur harus konsisten sehingga untuk mengetahui kekonsistennya dilakukanlah uji reliabilitas ini. Berkenaan hal tersebut keandalan suatu alat ukur dilihat dengan menggunakan pendekatan secara statistika yaitu melalui koefisien reliabilitas, yang dimana dapat dilihat bahwa apabila koefisien reliabilitas dari instrument penelitian lebih besar dari 0,700 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel atau dengan kata lain disebut konsisten.

3.5.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dan variabel penelitian. Dalam penelitian, peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen. Analisis deskriptif untuk menganalisa data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan nasabah terhadap variabel X1 (Kualitas Layanan), variabel X2 (Promosi) dan variabel Y (Kepuasan). Menurut Sugiyono (2019:49) “Analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui

keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain”.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* menurut Sugiyono (2019:152) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item-item* instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Setiap item dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda-beda. Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan dan mendukung pertanyaan (*item* positif hingga *item* negatif) skor tersebut berguna untuk mengetahui alternatif jawaban yang dipilih oleh responden. Berikut terdapat skor skala *likert* menurut Sugiyono :

Tabel 3.4
Alternatif Jawaban Skala *Likert*

Kualitas Layanan	Promosi	Kepuasan	Bobot Nilai
Sangat Tidak berkualitas	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas	1
Tidak Berkualitas	Tidak Baik	Tidak Puas	2
Kurang Berkualitas	Kurang Baik	Kurang Puas	3
Berkualitas	Baik	Puas	4
Sangat Berkualitas	Sangat Baik	Sangat Puas	5

Sumber: Sugiyono (2019:152)

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan- pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuesioner penelitian ini peneliti akan menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), dan pernyataan negatif dengan jawaban kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua), dan sangat setuju memiliki nilai 1 (satu). Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel *dependent* dan *independent* diatas dalam operasionalisasi variabel ini, semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner.

Skala *likert* digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Hasil rekapitulasi jawaban nasabah akan dihitung skor rata-ratanya untuk menghitung skor rata-rata menggunakan statistik non parametrik yaitu *mean*. Peneliti dalam menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum P = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata-rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata maka hasil tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut:

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kriteria jawaban}}$$

Dimana :

- a. Nilai minimum : 1
- b. Nilai maksimum : 5
- c. Interval : $5 - 1 = 4$

Nilai Jenjang Interval : $\frac{5-1}{5} = 0,8$

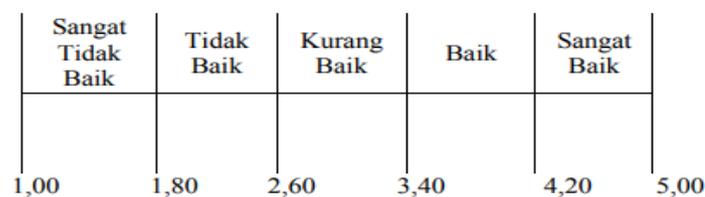
Berdasarkan hasil perhitungan pada halaman sebelumnya dapat diketahui kategori skala Tabel yaitu sebagai berikut.

Tabel 3.5
Kategori Skala

Skala	Kualitas Layanan	Promosi	Kepuasan
1,00-1,80	Sangat Tidak berkualitas	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas
1,81-2,60	Tidak Berkualitas	Tidak Baik	Tidak Puas
2,61-3,40	Kurang Berkualitas	Kurang Baik	Kurang Puas
3,41-4,20	Berkualitas	Baik	Puas
4,21-5,00	Sangat Berkualitas	Sangat Baik	Sangat Puas

Sumber: Sugiyono (2019:152)

Setelah nilai rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum sebagai berikut :



Sumber: Sugiyono (2019:152)

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.5.3 Analisis Verifikatif

Penelitian ini menggunakan analisis verifikatif, dimana analisis verifikatif adalah untuk menganalisis pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis verifikatif menurut Sugiyono (2019:50) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan, (X_1) dan promosi (X_2) terhadap kepuasan (Y). Dalam menggunakan analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode sebagai berikut.

3.5.3.1 *Method of Succesive Interval (MSI)*

Method of Succesive Interval (MSI) merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval, karena penggunaan analisis linier berganda data yang telah diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method Of Succesive Interval*). Banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi pearson, uji t dan lain sebagainya yang mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah ke dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Pada halaman berikutnya akan dijelaskan mengenai langkah-langkah dalam menganalisis data dengan menggunakan MSI:

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pernyataan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan Tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai skala (*Scale Value / SV*) untuk masing-masing responden dengan rumusan berikut:

$$SV = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ under\ upper\ limit) - (Area\ under\ lower\ limit)}$$

Keterangan:

SV (Scale Value) : Rata-rata Interval

Density at lower limit : Kepaduan batas bawah

Density at upper limit : Kepaduan batas atas

Area under upper limit : Daerah dibawah batas atas

Area under lower limit : Daerah dibawah batas bawah

7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus sebagai berikut:

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1 [SV_{min}]$$

Pengolahan data yang dilakukan peneliti digunakan selanjutnya adalah dengan

menggunakan media komputerisasi untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.5.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2019:307) menyatakan bahwa “Analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubah nya nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya”. Hubungan antara variabel tersebut dapat dicirikan melalui model matematik yang disebut dengan model regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah seberapa besar pengaruh variabel itu sendiri.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel kualitas layanan (X1), promosi (X2), dan kepuasan (Y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel dependen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus menurut Sugiyono (2019:308) sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Variabel terikat (Kepuasan Nasabah)

a = Bilangan Konstanta

b₁ = Koefisien Regresi (Kualitas Layanan)

b₂ = Koefisien Regresi (Promosi)

X_1 = Variabel bebas (Kualitas Layanan)

X_2 = Variabel bebas (Promosi)

e = Tingkat Kesalahan (*Standar Error*)

Untuk mendapatkan nilai nilai - a , b_1 dan b_2 dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\Sigma Y = an + b_1 \Sigma X_1 + b_2 \Sigma X_2$$

$$\Sigma X_1 Y = a \Sigma X_1 + b_1 \Sigma X_1^2 + b_2 \Sigma X_1 X_2$$

3.5.3.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel kualitas layanan (X_1) dan promosi (X_2) terhadap kepuasan (Y). Keeratan hubungan dapat dinyatakan dengan istilah Koefisien Korelasi. Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang dinyatakan dalam bilangan yang disebut dengan koefisien korelasi dengan rumus sebagai berikut.

Dimana:

$$r^2 = \frac{JK \text{ (regresi)}}{\Sigma Y^2}$$

r^2 = Koefisien korelasi berganda

JK (regresi) = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total korelasi

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ sebagai berikut:

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel kualitas layanan (X_1), promosi (X_2) dan variabel kepuasan (Y).

Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antar variabel negatif

Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada Tabel dibawah.

Tabel 3.6
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,19	Sangat Rendah
0,20 - 0,39	Rendah
0,40 - 0,59	Sedang
0,60 - 0,79	Kuat
0,80 - 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2019:184)

3.5.4 Uji Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2019:242) menyatakan bahwa “Hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dan sampel penelitian (statistik)”. Uji hipotesis yang dimaksud dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh kualitas layanan, promosi dan Kepuasan. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1), rumus hipotesisnya sebagai berikut.

3.5.4.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan *F-test* ini bertujuan mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap

variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu kualitas layanan dan promosi sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan dengan objek penelitiannya yaitu Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Cimahi. Hipotesis yang akan dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

a. Membuat formulasi Uji Hipotesis

1. $H_0 : b_1 ; b_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah pengguna BRI *mobile* Kantor Cabang Cimahi.
2. $H_1 : b_1 ; b_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah pengguna BRI *mobile* Kantor Cabang Cimahi.

b. Menentukan Tingkat Signifikan

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10% atau 0,1 dan derajat bebas (db) = $n - k - 1$, untuk mengetahui daerah F Tabel sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.

c. Menghitung Nilai F Hitung Dengan Rumus

Pengujian regresi secara simultan dimaksudkan apakah variabel bebas secara menyeluruh memberikan nyata terhadap variabel terikat. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji f hitung yang memiliki rumus seperti yang ada di bawah ini:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1-R^2) / (n-k-1)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda

k = Banyaknya variable bebas

n = Jumlah anggota sampel

F = Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F Tabel

$(n-k-1)$ = Derajat Kebebasan

Berdasarkan perhitungan terakhir maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut $(n-k-1)$ dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $F \text{ hitung} \geq F \text{ Tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. (signifikan)
2. Jika $F \text{ hitung} \leq F \text{ Tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak. (tidak signifikan).

3.5.4.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah saling mempengaruhi atau tidak. Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Merumuskan formulasi uji hipotesis
 1. $H_0 : b_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRI *mobile* Kantor Cabang Cimahi.
 2. $H_a : b_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan

nasabah pengguna BRI *mobile* Kantor Cabang Cimahi.

b. Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan

1. $H_0 : b_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah pengguna BRI *mobile* Kantor Cabang Cimahi.
2. $H_a : b_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh tidak terdapat pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah pengguna BRI *mobile* Kantor Cabang Cimahi.

c. Menentukan tingkat signifikansi

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0.1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%.

d. Menghitung uji T

Pengujian regresi secara parsial dimaksud apakah variabel bebas berkorelasi nyata atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian regresi secara parsial menggunakan rumus yang ada sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Dimana:

t_{hitung} = Statistik uji korelasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan t_{Tabel} dengan ketentuanebagai berikut:

1. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi:

- a. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_1 ditolak.
 - b. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_1 diterima.
2. Dengan membandingkan t hitung dengan t Tabel:
 - a. Jika t hitung $>$ t Tabel maka H_0 ditolak, sebaliknya H_1 diterima.
 - b. Jika t hitung $<$ t Tabel maka H_0 diterima, sebaliknya H_1 ditolak.

3.5.5 Analisis Koefisien Determinasi (r^2)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh kualitas layanan (X_1), promosi (X_2) terhadap kepuasan (Y). nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X_1 (Kualitas Layanan) dan X_2 (Promosi) terhadap variabel Y (Kepuasan) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

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

Dimana:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi product moment

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Adapun koefisien determinasi parsial adalah koefisien untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (terpisah), berikut rumus koefisien determinasi parsial:

$$Kd = \beta \times \text{Zero order}$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

β = Nilai *standardized coefficients*

Zero Order = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika Kd mendekati (0), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel dinyatakan lemah.
- b. Jika Kd mendekati (1), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

3.6 Rancangan Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019:219) menyatakan bahwa “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas layanan, promosi, terhadap kepuasan nasabah sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel penelitian. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke

jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan. Responden memilih kolom yang telah tersedia oleh peneliti seperti adanya terdapat pilihan sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Responden tinggal memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala *likert*.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat dalam penelitian ini dilaksanakan di Bank BRI Cabang Cimahi (survei pada nasabah pengguna BRI *mobile* Cabang Cimahi) yang berlokasi di Jl. Jendral. H. Amir Machmud No. 598, Cimahi, Kec Cimahi Tengah, Kota Cimahi. Jawa Barat 40523. Adapun waktu untuk menyelesaikan penelitian ini terhitung mulai dari 9 Desember 2022 sampai dengan selesai.

Tabel 3.7
Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1.	Pengajuan Penelitian																						
2.	Pengumpulan Data																						
3.	Bimbingan SUP																						
4.	Seminar Usulan Penelitian																						
No	Jenis Kegiatan	Juni				Juli				Agustus													
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4										
5.	Penyebaran Kuesioner																						
6.	Pengolahan Data																						
7.	Bimbingan Skripsi																						
8.	Sidang Akhir																						

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2023)