

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah *service excellent* customer service dan kepuasan nasabah, adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah nasabah di PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya bertempat di Jl. Siliwangi No. 24, Kec. Tawang, Kab. Tasikmalaya

1. Sejarah Bank

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, di investasi saham Pemerintah di tahun 2007, dan penawaran umum saham terbatas di tahun 2010. Untuk memenuhi ketentuan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tanggal 16 Agustus 2007 tentang Perseroan Terbatas, Anggaran Dasar BNI telah dilakukan penyesuaian. Penyesuaian tersebut dinyatakan dalam Akta No. 46 tanggal 13 Juni 2008 yang dibuat di hadapan Fathiah Helmi, S.H., notaris di Jakarta, berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 28 Mei 2008 dan telah mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dengan Surat Keputusan No. AHU-AH.01.02-50609 tanggal 12 Agustus 2008 dan telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 103 tanggal 23 Desember 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 Notaris Fathiah Helmi, S.H. telah mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dengan surat keputusan No. AHU-AH.01.03-0776526 tanggal 14 April 2015. Saat ini, 60% saham-saham BNI dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, sedangkan 40% sisanya dimiliki oleh masyarakat, baik individu maupun institusi, domestik dan asing. BNI kini tercatat sebagai Bank nasional terbesar ke-4 di Indonesia, dilihat

dari total aset, total kredit maupun total dana pihak ketiga. Dalam memberikan layanan finansial secara terpadu, BNI didukung oleh sejumlah perusahaan anak, yakni BNI Multifinance, BNI Sekuritas, BNI Life Insurance, BNI Ventures, BNI Remittance dan hibank. BNI menawarkan layanan penyimpanan dana maupun fasilitas pinjaman baik pada segmen korporasi, menengah, maupun kecil. Beberapa produk dan layanan terbaik telah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah sejak kecil, remaja, dewasa, hingga pensiun.

2. Visi dan Misi

- Visi

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

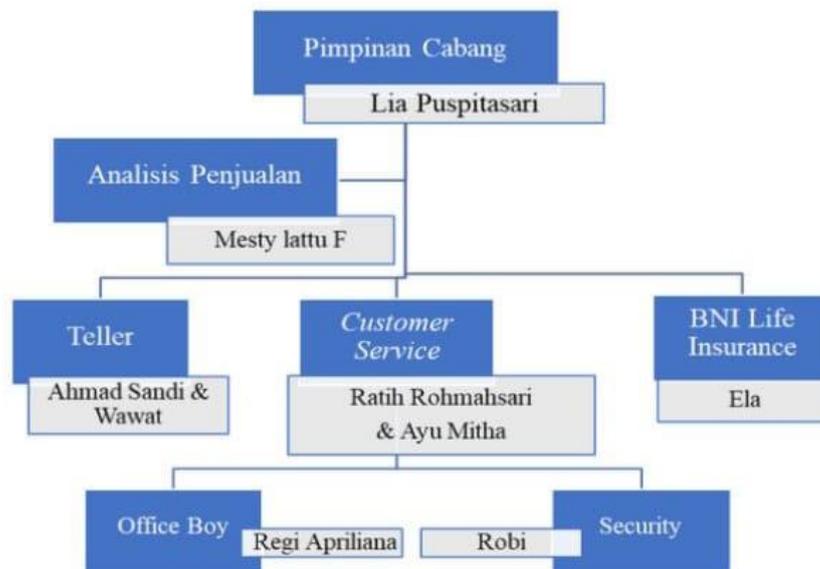
BNI berupaya menjadi bank yang “unggul” dalam bidang *human capital* dan berkualitas, proses bisnis internal yang memberi nilai bagi nasabah melalui improvement dan inovasi melalui produk/jasa yang beragam dan terpadu, serta pengelolaan perbankan berkualitas dengan resiko terukur. “Terkemuka” adalah menjadi bank pilihan utama dengan kualitas layanan terbaik yang pada akhirnya akan menjadikan BNI “terdepan” dalam hal kinerja keuangan yang berkualitas dibandingkan peers sehingga memberikan kualitas investasi yang memuaskan bagi pemangku kepentingan.

- Misi

1. Memberikan layanan prima dan solusi digital kepada seluruh Nasabah selaku Mitra Bisnis pilihan utama.

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

3. Struktur Organisasi



Gambar 3.1. Struktur Organisasi Bank BNI KCP UNSIL Tasikmalaya

Sumber: BNI KCP UNSIL

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh *service excellent customer service* terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Negara Indonesia (persero) TBK Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya adalah dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut, Sugiono (2022:8-10). Metode penelitian kuantitatif ialah pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dengan analisis data bersifat kuantitatif/stastistik bertujuan untuk menguji hipotesisi yang telah ditetapkan serta hubungan variabel terhadap objek yang diteliti bersifat kasual.

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausal yang dimana dalam penelitian ini hubungan antara variabel bersifat sebab-akibat, dan digunakan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan peristiwa atau suatu kejadian yang terjadi pada saat sekarang dalam bentuk angka-angka yang bermakna. selain itu pada penelitian ini bermaksud untuk menguji hipotesis antara variabel *service excellent customer service* terhadap kepuasan nasabah, pada penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan pengaruh satu variabel yaitu variabel *service excellent customer service* dengan variabel kepuasan nasabah yang nantinya akan didukung oleh teori serta pengumpulan data melalui kuesioner. Maka tipe penelitian ini akan termasuk kedalam tipe penelitian eksplanatori yang dijelaskan oleh, Sugiyono (2022:6).Dimana penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu, tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam data, misalnya mengedarkan kuesioner,test,wawancara dan sebagainya.

3.2.2 Operasional Variabel

Menurut, Sugiyono (2022:103). Definisi operasional adalah penentu konstruk atau sifat yang dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstruk, bertujuan agar dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya. Terdapat dua variabel pada penelitian ini yaitu variabel independent dan variabel dependen berdasarkan judul “pengaruh *service excellent customer service* terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya” yang menjadi definisi operasional variabel pada penelitian ini yaitu:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi dan Indikator	Definisi	Skala
<i>Service Excellent</i> (X) → Ritonga (2020)	Kemampuan (<i>Ability</i>)	Merupakan Kemampuan yang mencakup kemampuan kerja pada bidang yang ditekuni, yang dibutuhkan guna mendukung program <i>excellent service</i> .	<i>Likert</i>
	Sikap (<i>Attitude</i>)	Perilaku tertentu yang harus ditonjolkan ketika berhadapan dengan pelanggan.	<i>Likert</i>
	Penampilan (<i>appearance</i>)	penampilan baik secara fisik maupun non-fisik yang merefleksikan kredibilitas kepada pelanggan.	<i>Likert</i>
	Perhatian (<i>Attetion</i>)	Adanya kepedulian penuh terhadap	<i>Likert</i>

Variabel	Dimensi dan Indikator	Definisi	Skala
		pelanggan, yang berhubungan dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, maupun memahami saran dan kritiknya.	
	Tindakan (<i>Action</i>)	Suatu kegiatan nyata yang dilaksanakan dalam melayani pelanggan.	<i>Likert</i>
	Tanggung Jawab (<i>Accountability</i>)	Suatu sikap keberpihakan yang merupakan bentuk kepedulian kepada pelanggan guna meminimalkan ketidakpuasan pelanggan.	<i>Likert</i>
Kepuasan Nasabah (Y) → Indrasari Meithiana (2019)	Kesesuaian Harapan	Kesesuaian harapan pelanggan akan mengacu pada tingkat kesesuaian dan harapan pelanggan kinerja jasa yang diterima dengan jasa yang ditawarkan.	<i>Likert</i>
	Minat Berkunjung Kembali	Keinginan yang kuat untuk mengunjungi kembali perusahaan yang telah dikunjungi sebelumnya.	<i>Likert</i>
	Kesediaan Merekomendasikan	Merokemendasikan suatu perusahaan atau jasa yang telah digunakan oleh pelanggan/nasabah	<i>Likert</i>

Variabel	Dimensi dan Indikator	Definisi	Skala
		kepada orang lain karena pelanggan/nasabah merasa puas dengan hasil yang diterima.	

Sumber: Data diolah penulis, 2024

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini akan menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab, Sugiyono (2022:142). Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah PT Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya dimana pertanyaan yang ada adalah mengenai permasalahan yang berkaitan dengan penelitian, dan nantinya akan menjadi sampel penelitian sehingga memperoleh data yang akurat.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data itu ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan data sekunder adalah sumber yang tidak langsung diberikan data kepada pengumpul data, Sugiyono (2022:225). Pada penelitian ini jenis dan sumber data akan menggunakan data primer dan data sekunder, namun akan lebih berfokus kepada data primer yang dimana akan diperoleh melalui penyebaran

kuesioner kepada responden. Sedangkan data sekunder akan diperoleh melalui artikel, journal, dan dokumen perusahaan sebagai pendukung data primer.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Populasi sasaran pada penelitian kali ini adalah nasabah Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya sebesar 513 Orang. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2022:80).

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya ada keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi, Sugiyono (2022 :81). Untuk penentuan sampel pada penelitian kali ini akan menggunakan rumus *Slovin* yang dimana sampel diambil dari jumlah populasi penelitian dengan menggunakan standar deviasi sebesar 10%

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

$$n = \frac{513}{1 + 513 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{513}{6,13}$$

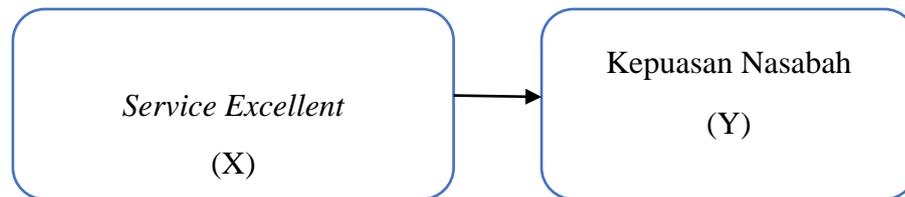
$$n = 83,68 = 84$$

Maka, diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah 84 responden. Dimana diperkuat dengan teori yang disampaikan oleh, Sugiyono (2022:91). Ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *nonprobability* sampling yang dimana merupakan teknik pengumpulan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, Sugiyono (2022:84).

Dimana pada *nonprobability sampling* akan mengambil teknik sampling kuota karena penelitian akan dinyatakan selesai apabila sudah mencapai responden dan sampel yang diinginkan pada penelitian ini. *Sampling kuota* adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan, apabila pengumpulan data belum mencapai sampel yang telah ditentukan maka penelitian dipandang belum selesai, Sugiyono (2022:85).

3.2.4 Model Penelitian

Untuk mengetahui gambaran umum mengenai pengaruh *service excellent customer service* terhadap kepuasan nasabah maka disajikan model penelitian berdasarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 3.2 Model Penelitian

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Keterangan

X : Variabel *Service Excellent* sebagai Variabel Bebas

Y : Variabel Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Terika

3.2.5 Teknik Analisis Data

1. Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Hafni Sahir (2021:32) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Semakin tinggi validitas suatu alat ukur, semakin tepat alat ukur tersebut mengenai sasaran.

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (N \sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi

$\sum xy$: Jumlah Perkalian Skor X dan Skor Y

N : Jumlah responden/subyek

X : Skor pertanyaan

Y : Skor total

Untuk menemukan valid tidaknya kuesioner dalam penelitian menggunakan alpha 5%, dikatakan signifikan apabila $< 0,05$ maka kuesioner dapat dikatakan valid, namun apabila nilai signifikannya $> 0,05$ maka kuesioner dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah menguji kekonsistenan jawaban responden, reliabilitas dinyatakan dalam bentuk angka, biasanya sebagai koefisien, semakin tinggi koefisien maka reliabilitas atau konsistensi jawaban semakin tinggi menurut Hafni Sahir (2021:33). Uji reliabilitas pada penelitian kali ini akan menggunakan rumus *cronbach Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right]$$

Keterangan :

r_{11} : Koefisien reabilitas instrumen

K : Banyaknya butiran pertanyaan

$\sum S_i$: Jumlah varian skor tiap-tiap item

S_t : Varian total

Dengan menggunakan rumus *cronbach Alpha* $\geq 0,60$ dapat dikatakan reliabel atau konsisten akan tetapi $\leq 0,60$ maka kuesioner dapat dikatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

2. Analisis Linier Regresi Sederhana

a. Persamaan regresi linier sederhana

Regresi sederhana merupakan analisis yang terdiri hanya dua variabel saja yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut menurut Hafni Sahir (2021: 54):

$$Y = a + bx$$

Keterangan :

Y : Variabel terikat

X : Variabel bebas

a : konstanta (apabila nilai x sebesar 0 maka Y akan sebesar a atau konstanta) yang diperoleh dengan rumus

b : koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

uji linear regresi sederhana dikatakan signifikan jika koefisien determinasi (R-squared) memiliki nilai yang tinggi dan signifikan. Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar perubahan pada variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (X). Jika nilai R-squared signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa

variabel independen (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

b. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi yang sering disimbolkan dengan R^2 pada prinsipnya melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat bila angka koefisien determinasi dalam mode regresi tersebut menjadi kecil atau semakin dekat dengan 0 berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau dimana nilai R^2 mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hafni Sahir (2021: 54)

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

Keterangan:

KP : Nilai Koefisien Determinasi

R^2 : Nilai Koefisien Korelasi

c. Uji Koefisien Korelasi

Menurut Meiliana Annisa (2017) Koefisien korelasi adalah bagian bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari dua variabel. Untuk mengetahui keeratan hubungan kedua variabel menggunakan koefisien korelasi (r). Besarnya antara dua variabel nol sampai ± 1 . Dimana $r = 0$

berarti variabel tidak ada hubungan, dan ketika $r = \pm 1$ maka dua variabel memiliki hubungan sempurna. Tanda minus (-) pada nilai r menunjukkan hubungan yang berlawanan arah (apabila nilai variabel yang satu naik, maka nilai variabel yang lain turun), dan sebaliknya tanda plus (+) pada nilai r menunjukkan hubungan yang searah (apabila nilai variabel yang satu naik, maka nilai variabel yang lain juga naik). Semakin tinggi nilai koefisien korelasi antara dua buah variabel (semakin mendekati 1), maka tingkat keeratan hubungan antara dua variabel tersebut semakin tinggi. Dan sebaliknya semakin rendah koefisien korelasi antara dua macam variabel (semakin mendekati 0), maka tingkat keeratan hubungan antara dua variabel tersebut semakin lemah. Misalnya dua buah variabel mempunyai koefisien korelasi (r) = 0,7. Ini menunjukkan bahwa tingkat keeratan hubungan searah antara dua variabel tersebut adalah 0,7 atau 70%. Nuryadi (2017: 136-137)

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

Keterangan:

r : koefisien korelasi

N : jumlah individu dalam sampel

X : skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y : Skor total yang diperoleh subjek dalam setiap item

$\sum X$: jumlah skor dalam variabel X

$\sum Y$: jumlah skor dalam variabel Y

$\sum X^2$: jumlah kuadrat masing-masing skor X

$\sum XY$: jumlah skor perkalian variabel X dan Y

3. Uji Hipotesis

- Signifikan parsial (Uji T)

Uji parsial atau Uji t merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikan secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, Hafni Sahir (2021:53-54). Digunakan adalah uji t dengan rumus menurut, Nuryadi (2017:95). Sebagai berikut:

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

Keterangan:

t : nilai t hitung

r : Koefisien Korelasi

r^2 : Koefisien Determinasi

n : jumlah sampel

Apabila nilai probabilitas signifikannya lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel

independen. Atau dapat juga dengan cara membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

3.3 Skala Pengukuran

Pada penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*. Skala *likert* 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, Sugiyono (2022:93). Dalam skala *likert* setiap jawaban diberi bobot seperti tabel 3.3 dibawah ini:

Tabel 3. 2 Kriteria Bobot Jawaban Responden

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (ST)	4
Ragu-Ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2022:93)