

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah pendekatan ilmiah untuk mengumpulkan data dengan maksud dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2016:2). Dalam konteks ini, terdapat empat konsep kunci yang perlu ditekankan, yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah merujuk pada proses penelitian yang didasarkan pada karakteristik keilmuan, mencakup rasionalitas, empiris, dan sistematis. Rasional yaitu kegiatan penelitian yang dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal. Empiris yaitu prosedur-prosedur penelitian yang dapat diamati oleh indera manusia. Sistematis yaitu penggunaan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis dalam proses penelitian. Data yang diperoleh dianggap valid jika memenuhi kriteria tertentu, sehingga data yang diteliti juga dianggap reliabel dan objektif.

Penelitian ini menerapkan penelitian kuantitatif karena menggunakan hipotesis dan pengujian. Pengumpulan data dalam penelitian ini berfokus pada data berupa angka-angka, dan analisis yang menggunakan statistik, agar memperoleh hasil yang signifikan secara parsial terkait variabel yang akan diteliti. Metode penelitian yang diterapkan adalah metode asosiatif yang bersifat kausal atau hubungan yang bersifat sebab-akibat antara dua variabel atau lebih.

B. Objek Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan kegiatan yang memiliki variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:3). Dalam penelitian ini yang menjadi objek yaitu pelanggan Bank BTPN Kota Bogor.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bank BTPN Kota Bogor yang meliputi wilayah Kecamatan Bogor Utara, dan Kecamatan Tanah Sareal. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada Bulan September 2023 sampai dengan selesai.

C. Variabel Penelitian

1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:38), Variabel Penelitian merupakan suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu. Variabel ini diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulan dari hasil penelitian. Dalam penelitian ini, variabel yang akan diteliti terdiri dari variabel *independen* (X) dan variabel *dependen* (Y).

a. Variabel Independen (Bebas)

Menurut Sugiyono (2016:39), Variabel independen adalah variabel yang memiliki pengaruh atau menjadi penyebab perubahan

pada variabel dependen atau terikat. Variabel independen (bebas) pada penelitian ini adalah:

1) Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono, F (2017:180), Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.

2) Promosi

Menurut Kotler dan Keller (2016:47), Promosi adalah kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai manfaat produk kepada konsumen target dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

b. Variabel Dependen (Terikat)

Menurut Sugiyono (2016:39), variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel independen atau bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang menjadi fokus adalah:

1) Kepuasan Pelanggan

Menurut Bahrudin, M., dan Zuhro, S. (2016:6), Kepuasan pelanggan adalah hasil evaluasi pilihan yang timbul dari keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa.

2. Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menjelaskan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian dan indikator-indikator yang membentuknya. Rincian definisi operasional variabel penelitian dapat ditemukan pada tabel berikut:

Tabel 1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Tjiptono, F (2017: 180)	1. <i>Tangible</i> (Bukti Langsung) 2. <i>Reliability</i> (Kehandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) 4. <i>Assurance</i> (Jaminan) 5. <i>Emphaty</i> (Empati) Zeithaml, Parasuraman dan Berry (2017:65)	Skala Likert
Promosi (X2)	Promosi adalah kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai manfaat produk kepada konsumen target dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Kotler dan Keller (2016:47).	1. Pesan Promosi. 2. Media promosi. 3. Waktu Promosi. 4. Frekuensi Promosi. Sulivyo, Lod (2020:2448)	Skala Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah hasil evaluasi pilihan yang timbul dari keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa. Bahrudin, M., dan Zuhro, S. (2016:6).	1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung Kembali 3. Kesiediaan Merekomendasikan Indrasari (2019:92).	Skala Likert

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80). Populasi merupakan cakupan umum yang terdiri dari obyek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diinvestigasi, dengan tujuan kemudian membuat kesimpulan. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan Bank BTPN di Kota Bogor.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81), Sampel dalam suatu penelitian merujuk pada sebagian dari objek penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam situasi di mana populasi memiliki ukuran yang besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua elemen di dalamnya karena keterbatasan sumber daya seperti biaya, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang mewakili populasi tersebut. Maka untuk menentukan jumlah sampel yang populasinya tidak diketahui digunakan rumus lemeshow digunakan untuk menentukan jumlah sampel (Slamet Riyanto, 2020:13):

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Skor pada kepercayaan 95% = 1,96

$P = \text{Maksimal estimasi} = 50\% = 0,5$

$D = \text{Tingkat kesalahan} = 10\% = 0,1$

Berdasarkan rumus, maka $n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,1^2} = 96,05$

Dengan demikian sampel yang diteliti sebesar 96,05 tetapi untuk memudahkan peneliti maka jumlah sampel menjadi 100 responden (sampel). Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Untuk menentukan siapa yang akan dijadikan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik penarikan sampel secara kebetulan, artinya siapa saja anggota populasi yang ditemui saat penelitian dan memenuhi kriteria tertentu maka akan dijadikan sebagai sampel Sugiyono, (2017: 81).

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama atau yang baru pertama kali dikumpulkan untuk tujuan tertentu, sedangkan data sekunder adalah data yang sudah ada dan dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan tertentu, kemudian data tersebut digunakan kembali oleh peneliti Sugiyono (2016). Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui kuesioner kepada

responden, sedangkan data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui sumber-sumber seperti perpustakaan, jurnal, dan situs web internet.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan beberapa metode, yaitu:

- a. Kuesioner, adalah suatu teknik yang dilakukan dengan cara menyebarkan formulir berisi pernyataan-pernyataan kepada responden untuk mereka jawab (Sugiyono, 2017:142). Kuesioner dalam penelitian ini dibuat secara online atau menggunakan *google form*.
- b. Observasi, adalah metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung di lokasi atau objek penelitian (Riyanto dan Hatmawan, 2020:28).
- c. Dokumentasi, adalah metode pengumpulan data yang mengacu pada informasi yang terkumpul atau diambil dari peristiwa masa lalu. Pengumpulan data ini melibatkan dokumen tertulis atau elektronik yang berfungsi sebagai pendukung dalam menyusun kelengkapan data.

3. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini, instrumen pengukuran yang digunakan bertujuan untuk mengetahui dan memperjelas suatu penelitian agar mendapatkan hasil sesuai dengan harapan serta acuan yang telah ditetapkan. Alat pengukur yang digunakan dalam hal ini adalah skala Likert, yang digunakan untuk menyusun kuesioner. Menurut Sugiyono

(2017:94), skala Likert memiliki fungsi untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial.

Penelitian menetapkan pernyataan skala sebagai berikut:

Tabel 2
Skala Likert

Pernyataan	Nilai
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
N (Netral)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017:94)

F. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan data yang terjadi pada objek penelitian dapat mencerminkan kekuatan yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017:267). Uji validitas ini bertujuan untuk menentukan apakah setiap pernyataan dalam kuesioner valid atau tidak. Jika pertanyaan dalam kuesioner dapat dengan tepat mengukur konsep yang ingin diukur, maka dikatakan valid. Untuk setiap pertanyaan, uji validitas dilakukan. Alat dianggap tidak valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) maka instrumen itu dianggap valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dianggap tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu kuesioner dapat diandalkan sebagai penunjuk variabel atau konstruk yang ingin diukur. Evaluasi dilakukan dengan mempertimbangkan seluruh pernyataan dalam kuesioner secara bersama-sama. Perhitungan reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS 25.0, dengan teknik pengukuran menggunakan Cronbach's Alpha yang diinginkan nilainya lebih dari 0.60. Persamaan untuk menghitung Cronbach's Alpha sebagai berikut:

$$r = \frac{k}{(k - 1)} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right\}$$

Sumber: Sugiyono (2022:132)

Keterangan:

r = Reliabilitas instrument

k = Jumlah butir pernyataan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_1^2 = Varian total

Dalam melakukan uji reliabilitas, terdapat kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika nilai koefisien reliabilitas yakni *Cronbach's Alpha* > 0.60, maka instrumen dinyatakan reliabel (terpercaya).
- 2) Jika nilai koefisien reliabilitas yakni *Cronbach's Alpha* < 0.60, maka instrumen dinyatakan tidak reliabel (tidak terpercaya).

2. Uji Asumsi Klasik

Untuk menentukan analisis yang sesuai terhadap kondisi data yang ada, diperlukan pengujian terhadap asumsi klasik. Berikut adalah pengujian terhadap asumsi klasik :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu prosedur statistik yang digunakan untuk mengevaluasi apakah distribusi variabel dependen dan variabel independen dalam suatu model regresi memenuhi asumsi kenormalan. Sugiyono (2022:172) menjelaskan bahwa uji normalitas berguna untuk memeriksa apakah data yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali (2018:161), model regresi yang baik seharusnya memiliki distribusi data yang normal atau penyebaran data yang merata pada sumbu diagonal grafik distribusi. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan taraf signifikan 0,05 atau 5%. Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah sebagai berikut :

- 1) Jika taraf nilai signifikansi > 0.05 maka H_0 diterima sehingga data tersebut terdistribusi normal.
- 2) Jika taraf nilai signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak, sehingga data tersebut tidak berdistribusikan secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan metode dalam analisis regresi

yang digunakan untuk mengevaluasi korelasi antara variabel independen (Ghozali, 2018:107). Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antara variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan memeriksa tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Selain itu, tujuan dari deteksi multikolinieritas adalah untuk mencegah kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan yang berkaitan dengan pengaruh uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Beberapa hal dapat menunjukkan multikolinieritas pada model, seperti:

- 1) Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10 dan nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas $VIF = 1/Tolerance$, jika $VIF = 10$, maka $Tolerance = 1/10 = 0,1$. Semakin tinggi VIF maka semakin rendah Tolerance.
- 2) Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70, maka model dapat dinyatakan bebas dari asumsi klasik multikolinieritas. Jika lebih dari 0,70 maka diasumsikan terjadi korelasi yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinieritas.
- 3) Jika nilai koefisien determinan, baik dilihat dari R^2 maupun R -Square diatas 0,60 namun tidak ada variabel dependen, maka ditengarai model terkena multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018:137) menjelaskan bahwa pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menilai apakah terdapat perbedaan *variance* pada residual dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas, sehingga uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah ada ketidaksetaraan varians dari residual antar pengamatan dalam model regresi. Apabila *variance* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka dikatakan Homoskedastisitas. Sebaliknya, apabila terdapat perbedaan, maka dikatakan Heteroskedastisitas. Grafik *Scatterplot* dapat dimanfaatkan untuk mengidentifikasi apakah terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi. Kondisi yang diinginkan dalam model regresi adalah tidak adanya heteroskedastisitas. Keputusan untuk uji heteroskedastisitas didasarkan pada:

- 1) Nilai signifikansi > 0.05 , maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- 2) Nilai signifikansi < 0.05 , maka terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan melalui observasi grafik *Scatterplot* menggunakan perangkat lunak SPSS 25. Keberadaan heteroskedastisitas dapat terdeteksi melalui pola khusus pada grafik *Scatterplot*, seperti bergelombang atau perubahan lebar

yang tidak teratur. Sebaliknya, model regresi dianggap bebas dari heteroskedastisitas jika grafik *Scatterplot* menunjukkan penyebaran titik-titik yang acak di sekitar angka 0 pada sumbu Y, tanpa adanya pola tertentu.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk menguji signifikansi dari hubungan linear antara dua variabel dan dapat digunakan untuk mengevaluasi keakuratan model yang telah dikembangkan. Selain itu, uji linearitas juga merupakan syarat penting untuk melakukan analisis korelasi atau regresi, sebagaimana diungkapkan oleh Ghozali (2013:166).

Dalam uji linieritas, dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka hubungan antara variabel (X) dengan (Y) adalah linear.
- 2) Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka hubungan antara variabel (X) dengan (Y) adalah tidak linear.

3. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2022:247) analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan memberikan gambaran atau deskripsi tentang data yang telah dikumpulkan untuk digunakan sebagai sampel dalam penelitian.

Nilai minimum, maksimum, dan rata-rata tertimbang (*mean weight*), atau berat rata-rata, digunakan untuk analisis deskriptif statistik penelitian ini. Salah satu rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum_{i=1}^n X_i W_i}{\sum_{i=1}^n W_i}$$

Keterangan:

$\bar{X}$ = Rata-rata tertimbang

X_i = Frekuensi

W_i = Bobot

Sedangkan rumus yang digunakan untuk menghitung rentangan skala sebagai berikut:

$$\text{Rentangan skala} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah pilihan jawaban}} = \frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} = 0,80$$

Dari hasil perhitungan rentang skala diatas, diperoleh jarak antar kategori sebesar 0,80, sehingga penulis menggunakan tabel rentangan skala sebagai berikut:

Tabel 3
Rentang Skala

No	Rentangan Skala	Kategori
1	1,00 – 1,80	Sangat Rendah
2	1,81 – 2,60	Rendah
3	2,61 – 3,40	Cukup
4	3,41 – 4,19	Tinggi
5	4,21 – 5,20	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2022:247)

4. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menilai arah dan kekuatan hubungan antara dua variabel

atau lebih. Sugiyono (2017:286) menjelaskan bahwa arah hubungan dapat diungkapkan sebagai positif atau negatif, sementara kekuatan hubungan dapat diukur melalui nilai koefisien korelasi, yang mengindikasikan seberapa kuat atau lemahnya hubungan tersebut.

Koefisien korelasi (r) menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien harus berada di antara -1 dan +1 ($-1 < r \leq +1$) yang menghasilkan beberapa kemungkinan, antara lain:

- 1) Adanya tanda positif antara variabel yang diuji ditunjukkan oleh tanda positif, yang berarti bahwa setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X sebanding dengan kenaikan dan penurunan nilai-nilai Y. Jika $r = +1$ atau dekat dengan 1, maka pengaruh positif antara variabel yang diuji sangat kuat.
- 2) Tanda negatif menunjukkan bahwa ada korelasi negatif antara variabel yang diuji, setiap kenaikan nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai Y, dan sebaliknya. Jika $r = -1$ atau dekat dengan -1 maka pengaruh korelasi antar variabel yang diuji lemah.
- 3) Jika $r = 0$ atau hampir 0 maka menunjukkan bahwa ada korelasi yang lemah atau tidak ada sama sekali antara variabel yang diteliti dan diuji.

Tabel 4
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2022:184)

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu pendekatan statistik yang dimanfaatkan untuk mengevaluasi dampak variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam konteks ini, variabel independen terdiri dari Kualitas Layanan (X1), dan Promosi (X2) sementara variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan (Y). Regresi berganda diterapkan ketika terdapat satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen, dan dapat diwujudkan melalui persamaan berikut:

$$KPL = \alpha + \beta_1 KP + \beta_2 PM + \varepsilon$$

Sumber: Purnomo (2016:61)

Keterangan:

KPL = Kepuasan pelanggan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi kualitas pelayanan

β_2 = Koefisien promosi

KP = Kualitas pelayanan

PM = Promosi

ε = Error term

6. Uji Hipotesis

Sugiyono (2022:159), menjelaskan bahwa jawaban awal terhadap pertanyaan atau permasalahan dalam penelitian. Validitas hipotesis ini kemudian diuji melalui data yang terkumpul. Dari perspektif statistik, hipotesis merupakan pernyataan mengenai kondisi populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan informasi yang diperoleh dari sampel penelitian. Dalam konteks ini, uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di Bank BTPN. Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis dengan asumsi sebagai berikut:

a. Hipotesis Statistik Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (bebas) yaitu kualitas pelayanan (X1), dan promosi (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen (terikat) yaitu kepuasan pelanggan (Y) secara parsial. Suatu variabel akan memiliki pengaruh yang berarti jika nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan t_{tabel} . Adapun t_{hitung} didapat dari df: $\alpha/2, n-k$.

Keterangan

α = nilai alpa

n = jumlah responden

k = jumlah variabel

Menurut Sugiyono (2014:250) rumus berikut digunakan untuk

menghitung uji parsial:

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

Keterangan:

b = Koefisien regresi

sb = Standar Error

r = Koefisien korelasi sederhana

n = Jumlah data

Dalam melakukan pengujian parsial (uji t) terdapat kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

$H_0 : \beta_1 = 0$, artinya tidak berpengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan nasabah Bank BTPN Cabang Kota Bogor.

$H_a : \beta_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan nasabah Bank BTPN Cabang Kota Bogor.

- 2) $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

$H_0 : \beta_2 = 0$, artinya tidak berpengaruh secara parsial antara promosi terhadap kepuasan pelanggan nasabah Bank BTPN Cabang Kota Bogor.

$H_a : \beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh secara parsial antara promosi terhadap kepuasan pelanggan nasabah Bank BTPN Cabang Kota Bogor.

- 3) $t_{hitung} > t_{tabel}$, $sig < 0,05$ H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 4) $t_{hitung} < t_{tabel}$, $sig > 0,05$ H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Hipotesis Statistik Secara Simultan (Uji F)

Ghozali (2013:98) menyatakan bahwa penggunaan uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model memberikan pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Uji simultan digunakan untuk melihat apakah variabel independen (bebas) yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan promosi (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan (Y) secara simultan atau bersama-sama. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} untuk signifikansinya 5% dari *degree of freedom* (df) = $n - k - 1$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk. Berikut adalah rumus dari uji F:

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

Sumber: Sugiyono (2022:192)

Keterangan:

F = Nilai uji F

R^2 = Koefisien korelasi ganda dikuadratkan

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Dalam melakukan uji simultan (uji F), terdapat kriteria pengujian sebagai berikut:

1) $H_0 : \beta_1, \beta_2, = 0$, artinya Kualitas Pelayanan (X1), Promosi (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

2) $H_1 : \beta_1, \beta_2, \neq 0$, artinya Kualitas Pelayanan (X1), Promosi (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

3) Dalam melakukan uji simultan (uji F), terdapat kriteria pengujian sebagai berikut:

$F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikansi $< 0,05$ H_0 ditolak, artinya variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

$F_{hitung} < F_{tabel}$ atau yang signifikansi $> 0,05$ H_0 diterima, artinya variabel independen secara bersamaan tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2018:97) mengemukakan bahwa uji koefisien determinasi digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Dengan kata lain,

koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menangani variasi variabel dependen. Rentang nilai koefisien determinasi berada antara 0 dan 1. Ketika nilai koefisien determinasi mendekati 1, berarti variabel independen dapat memberikan informasi yang hampir seluruhnya dibutuhkan untuk memprediksi variasi dalam variabel dependen.

Apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin besar, maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang besar dan signifikan dari variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat), dan sebaliknya.

Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2017:320)

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

kriteria untuk koefisien determinasi adalah:

- a. Jika KD mendekati nol (0), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- b. Jika KD mendekati satu (1), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.