

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan menguji hubungan antar variabel secara objektif melalui pengolahan data numerik dan analisis statistik. Metode kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian serta analisis data bersifat statistik untuk menguji hipotesis. Penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi hubungan kausal maupun korelasional antar variabel penelitian. Dalam penelitian menguji hubungan kausal antara pengalaman dan kualitas layanan digital terhadap *customer engagement* dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi⁵⁶.

Dapat disimpulkan, pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk menguji secara empiris pengaruh pengalaman pengguna dan kepercayaan terhadap *customer engagement* serta kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi berdasarkan data yang diperoleh dari responden pengguna Byond by BSI mahasiswa UIN IB Padang.

B. Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada pengguna Byond by BSI mahasiswa UIN IB Padang sebagai responden, pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner.

⁵⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta. Alfabeta, Bandung, 2022

Pendekatan ini di pilih untuk menjangkau responden secara luas, efisien, dan sesuai dengan karakteristik pengguna Byond by BSI. Sedangkan waktu penelitian dimulai dari penyusunan instrument, penyebaran kuesioner, pengolahan data, dan penyusunan laporan akhir pada periode Maret 2026-selesai.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sumber data bagi peneliti. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁵⁷ Dengan demikian, populasi menjadi bagian yang sangat penting dalam penelitian karena menjadi dasar dalam menentukan sampel yang akan diteliti.

Populasi dalam penelitian ini mahasiswa aktif UIN IB Padang yang menggunakan Byond by BSI. Karena jumlah pastinya belum dipublikasikan oleh kampus, maka populasi ini tergolong tidak diketahui jumlahnya.

1. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi sehingga hasil penelitian terhadap sampel dapat digeneralisasikan kepada

⁵⁷ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta. Alfabeta, Bandung, 2022.

populasi tersebut apabila teknik pengambilan sampel dilakukan secara tepat⁵⁸. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif UIN IB Padang yang menggunakan layanan Byond by BSI dipilih sesuai dengan kriteria penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel penelitian ini sebagai berikut:

- a. Mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
- b. Pernah melakukan transaksi finansial (transfer, pembayaran QRIS, top-up e-wallet, atau pembayaran UKT) menggunakan BYOND by BSI sekurang-kurangnya 1 kali dalam 1 bulan.

Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel dapat menggunakan rumus lemeshow. Rumus ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel minimal pada populasi yang tidak diketahui secara pasti.

Rumus lemeshow:

$$\eta = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

⁵⁸ L Nguyen, O. T., & Pham, "Digital Banking Adoption among Generation Z: An Empirical Study," *Journal of Financial Services Marketing* 28(3) (2023): 389–402, <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00189-7>.

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = skor pada tingkat kepercayaan 95% (1,96)

P = proporsi populasi (0,5)

d = margin of error (10%)

Berdasarkan rumus tersebut, maka perhitungan jumlah sampel sebagai berikut:

$$\eta = \frac{(1,96)^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{(0,1)^2}$$

$$\eta = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$\eta = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$\eta = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah 96 responden.

D. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner (angket) yang disebarakan kepada mahasiswa UIN IB Padang yang menggunakan aplikasi Byond by BSI. Kuesioner tersebut berisi pernyataan yang berkaitan dengan persepsi responden terhadap pengalaman pengguna dan kepercayaan terhadap *customer engagement* dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi pada pengguna Byond by BSI. Melalui jawaban responden, peneliti

dapat mengetahui bagaimana pengalaman, kepercayaan, serta keterlibatan pengguna dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI tersebut.

Selain dari sumber data melalui kuesioner, dalam penelitian ini juga menggunakan data pendukung seperti yang diperoleh dari buku-buku ilmiah, jurnal penelitian, artikel akademik, serta laporan yang berkaitan dengan topik pengalaman pengguna dan layanan digital serta kepuasan nasabah pada pengguna Byond by BSI. Dari data pendukung ini berfungsi untuk memperkuat landasan teori serta memberikan gambaran yang luas mengenai konsep dan perkembangan teknologi dalam sector perbankan syariah, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh pengalaman pengguna dan kepercayaan terhadap customer engagement dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi pada pengguna Byond by BSI.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner (menggunakan pertanyaan) dengan skala likert. Hal tersebut dikarenakan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner dengan skala likert yang dibagikan kepada responden yaitu pengguna Byond by BSI mahasiswa UIN IB Padang yang memenuhi kriteria. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan untuk mendapat informasi tentang pengaruh pengalaman pengguna dan kepercayaan terhadap customer engagement dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi pada pengguna Byond by BSI mahasiswa UIN IB Padang.

F. Variabel dan Definisi Operasional

Terdapat tiga variable utama yang digunakan, yaitu variabel indepeden (pengalaman pengguna dan kepercayaan), variabel dependen (*customer engagement*), dan variabel mediasi (kepuasan nasabah). ketiga variabel tersebut digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh pengalaman pengguna dan kepercayaan terhadap customer engengement dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi dalam layanan Byond by BSI dapat memengaruhi tingkat keterlibatan mahasiswa dari kalangan.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	Pengalaman pengguna	Persepsi dan responden nasabah terhadap interaksi dengan aplikasi Byond by BSI yang mencerminkan kemudahan, kenyamanan, dan efisiensi pengguna sistem.	1. Kemudahan penggunaan aplikasi, 2. Tampilan aplikasi yang menarik dan nyaman, 3. Kemudahan memahami fitur layanan, 4. Kenyamanan saat melakukan transaksi.
2	Kepercayaan	Tingkat keunggulan layanan Byond by BSI yang dirasakan nasabah dalam memenuhi kebutuhan transaksi secara efektif, dan responsive.	1. Keamanan layanan, 2. Kerahasiaan data, 3. Keandalan

			4. sistem,
			5. Kredibilitas layanan, 6. Konsistensi pelayanan.
3	Kepuasan nasabah	Tingkat perasaan senang dan kecewa nasabah setelah membandingkan kinerja layanan Byond by BSI dengan harapan awal.	1. Layanan sesuai harapan, 2. Keinginan menggunakan kembali layanan, 3. Pengalaman menyenangkan.
4	<i>Customer engagement</i>	Tingkat keterlibatan nasabah secara kongnitif, emosional, dan perilaku dalam menggunakan dan berinteraksi dengan layanan Byond by BSI.	1. Penggunaan aplikasi secara rutin, 2. Interaksi dengan fitur aplikasi, 3. Ketertarikan menggunakan kembali aplikasi, 4. Kesiediaan merekomendasikan aplikasi kepada orang lain.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket yang disebarakan kepada pengguna Byond by BSI mahasiswa UIN IB Padang

yang sesuai dengan kriteria penelitian. Kuesioner ini berisi pernyataan yang disusun berdasarkan indikator setiap variabel, dan jawaban responden digunakan sebagai data primer dalam penelitian. Pengukuran jawaban menggunakan skala Likert lima poin, yaitu sangat setuju (1), setuju (2), netral (3), tidak setuju (4), dan sangat tidak setuju (5), sehingga setiap jawaban responden dapat diukur secara kuantitatif untuk kemudian dianalisis sesuai kebutuhan penelitian.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban terhadap setiap indikator variabel. Data disajikan dalam bentuk nilai rata-rata, frekuensi, dan persentase untuk memberikan gambaran umum kondisi penelitian⁵⁹. Teknik analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan karakteristik data responden serta jawaban responden terhadap variabel penelitian, yaitu pengalaman pengguna, kepercayaan, kepuasan nasabah, dan *customer engagement* pada pengguna Byond by BSI. Analisis deskriptif dilakukan dengan melihat nilai rata-rata, persentase, frekuensi, serta kategori jawaban responden berdasarkan skala Likert yang digunakan dalam penelitian. Teknik ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai kondisi variabel penelitian sebelum dilakukan analisis lanjutan.

⁵⁹ Sugiyono (2019), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kemampuan item pernyataan dalam mengukur variabel penelitian secara tepat. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila setiap item pernyataan mampu menjelaskan variabel yang diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan nilai loading factor pada aplikasi SmartPLS. Suatu indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai loading factor $> 0,70$. Namun, nilai loading factor $0,50-0,60$ masih dapat diterima pada penelitian tahap awal pengembangan skala⁶⁰.

Uji validitas penting dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur konstruk pengalaman pengguna, kepercayaan, kepuasan nasabah, dan *customer engagement*. Jika terdapat item pernyataan yang tidak memenuhi nilai validitas, maka item tersebut harus dihapus agar hasil penelitian lebih akurat dan dapat dipercaya. Validitas instrumen menjadi syarat utama dalam penelitian kuantitatif agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian⁶¹.

3. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden terhadap item pernyataan dalam kuesioner penelitian. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang konsisten ketika

⁶⁰ Joseph F. Hair et al., *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 3rd ed. (California: SAGE Publications, 2021).

⁶¹ Hengky Ghozali, Imam Latan (2015), *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0*, 2nd ed. (semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro City:, 2015).

digunakan dalam pengukuran berulang. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha pada aplikasi SmartPLS. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha $> 0,70$ ⁶².

Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh indikator variabel penelitian memiliki tingkat kestabilan dan konsistensi yang baik. Reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa instrumen penelitian mampu menghasilkan data yang dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, reliabilitas diperlukan untuk memastikan bahwa indikator pengalaman pengguna, kepercayaan, kepuasan nasabah, dan *customer engagement* dapat digunakan secara konsisten dalam pengumpulan data penelitian⁶³.

4. Uji Outer Model

Uji outer model dilakukan untuk mengukur hubungan antara indikator dengan konstruk variabel laten dalam penelitian. Pengujian outer model bertujuan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan benar-benar mampu merepresentasikan variabel penelitian. Dalam penelitian ini, uji outer model dilakukan melalui convergent validity, discriminant validity, composite reliability, dan Cronbach's alpha menggunakan aplikasi SmartPLS⁶⁴.

Convergent validity digunakan untuk melihat tingkat korelasi antara indikator dengan konstruk variabel. Discriminant validity digunakan untuk

⁶² Hair et al., *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.

⁶³ Sugiyono (2019), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

⁶⁴ Hair et al., *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.

memastikan bahwa setiap variabel memiliki perbedaan yang jelas dengan variabel lainnya. Selain itu, composite reliability dan Cronbach's alpha digunakan untuk mengukur konsistensi internal indikator dalam setiap konstruk penelitian. Pengujian outer model sangat penting karena menentukan kualitas instrumen penelitian sebelum dilakukan pengujian hubungan antar variabel⁶⁵.

5. Uji Inner Model

Uji inner model digunakan untuk menguji hubungan struktural antar variabel dalam model penelitian. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman pengguna dan kepercayaan terhadap *customer engagement* dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi. Dalam penelitian ini, pengujian inner model dilakukan menggunakan nilai R-Square (R^2), Q-Square, dan path coefficient pada aplikasi SmartPLS⁶⁶.

Nilai R-Square digunakan untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai Q-Square digunakan untuk mengukur kemampuan prediksi model penelitian. Sementara itu, path coefficient digunakan untuk melihat arah dan kekuatan hubungan antar variabel penelitian. Semakin tinggi nilai path coefficient, maka semakin kuat hubungan antar variabel dalam model penelitian⁶⁷.

⁶⁵ Ghozali, Imam Latan (2015), *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0*.

⁶⁶ Hair et al.(2021), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.

⁶⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro., 2021).

6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh langsung antar variabel penelitian berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode bootstrapping pada aplikasi SmartPLS. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai t-statistics dan p-values dari masing-masing hubungan variabel penelitian⁶⁸.

Hipotesis penelitian dinyatakan diterima apabila nilai t-statistics $> 1,96$ dan nilai p-values $< 0,05$. Sebaliknya, apabila nilai t-statistics $< 1,96$ dan p-values $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah pengalaman pengguna dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan *customer engagement* pengguna *mobile banking* BSI⁶⁹.

7. Uji Mediasi

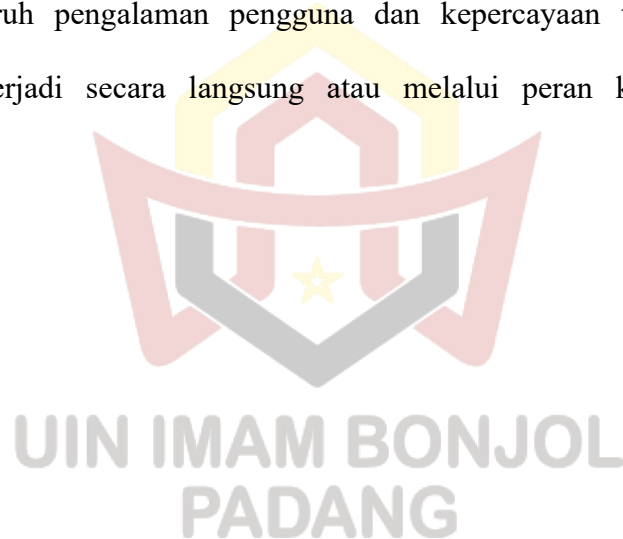
Uji mediasi digunakan untuk mengetahui apakah kepuasan nasabah dapat menjadi perantara dalam hubungan antara pengalaman pengguna dan kepercayaan terhadap *customer engagement*. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai indirect effect menggunakan aplikasi SmartPLS. Variabel mediasi berfungsi untuk

⁶⁸ Hair et al.(2021), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.

⁶⁹ Ghazali, Imam Latan, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0*.

menjelaskan hubungan tidak langsung antara variabel independen dan dependen dalam penelitian ini⁷⁰.

Dalam pengambilan keputusan, kepuasan nasabah dinyatakan mampu memediasi hubungan apabila nilai indirect effect menunjukkan hasil yang signifikan, yaitu nilai p-value < 0,05. Sebaliknya, jika nilai p-value > 0,05 maka kepuasan nasabah tidak dapat dikatakan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antar variabel penelitian. Dengan demikian, uji mediasi ini membantu melihat apakah pengaruh pengalaman pengguna dan kepercayaan terhadap *customer engagement* terjadi secara langsung atau melalui peran kepuasan nasabah.



⁷⁰ David A Baron, Reuben M. & Kenny, "The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research," *Journal of Personality and Social Psychology* 51, no. 6 (1986): 1173–1182.