

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan inti dari sebuah studi. Dalam konteks ini, fokus penelitian terletak pada bauran promosi aplikasi BRImo Bank Rakyat Indonesia kantor Cabang Singapura dan minat nasabah. Penelitian ini memiliki variabel independen berupa bauran promosi (X), dan variabel dependen berupa minat nasabah (Y). Responden dalam penelitian ini adalah para nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yang merupakan Mahasiswa Aktif Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Angkatan 2025.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Fokus kajian tertuju pada populasi atau sampel spesifik dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, yang kemudian dianalisis secara statistik guna menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2019:15).

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini mengadopsi desain deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan kondisi variabel penelitian berdasarkan data yang dikumpulkan dari responden. Dalam studi ini, pendekatan deskriptif diterapkan untuk memetakan kondisi bauran promosi

Bank Rakyat Indonesia serta minat nasabah dalam memanfaatkan aplikasi BRImo di kalangan Generasi Z, khususnya mahasiswa aktif Program Studi D-3 Perbankan dan Keuangan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi angkatan 2023–2025.

Sugiyono (2019) menguraikan bahwa metode kuantitatif dimanfaatkan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data melalui instrumen penelitian, serta menganalisisnya secara statistik guna menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pendekatan ini relevan ketika permasalahan penelitian telah terdefiniskan secara jelas, dapat diamati, terukur, dan peneliti berniat menguji interrelasi antarvariabel. Oleh karena itu, pendekatan kuantitatif sesuai dengan penelitian ini, di mana variabel bauran promosi dan minat nasabah diukur melalui kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik.

Penelitian verifikatif, di sisi lain, difokuskan pada pengujian keabsahan teori, dugaan, atau hipotesis melalui data empiris yang diperoleh dari lapangan. Dalam konteks ini, metode verifikatif diterapkan untuk menguji pengaruh bauran promosi Bank Rakyat Indonesia terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BRImo di kalangan Generasi Z. Sekaran dan Bougie (2016) menekankan bahwa penelitian bisnis memungkinkan pengujian hubungan antarvariabel secara sistematis, sehingga menghasilkan bukti empiris mengenai keberadaan atau ketidakberadaan pengaruh antara variabel independen dan dependen.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dikategorikan sebagai deskriptif verifikatif karena mencakup dua tujuan pokok yaitu :

1. Mendeskripsikan kondisi bauran promosi Bank Rakyat Indonesia dan minat nasabah terhadap aplikasi BRImo.
2. Memverifikasi pengaruh bauran promosi sebagai variabel independen terhadap minat nasabah sebagai variabel dependen.

Dengan demikian, desain deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif dinilai tepat sasaran untuk mencapai tujuan penelitian, yakni memperoleh gambaran empiris sekaligus menguji pengaruh bauran promosi terhadap minat nasabah dalam penggunaan aplikasi BRImo di kalangan Generasi Z.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	2	3	4
Bauran Promosi (X)	Bauran promosi didefinisikan sebagai integrasi berbagai alat komunikasi pemasaran yang dimanfaatkan Bank Rakyat Indonesia untuk menyampaikan informasi, membujuk,	A.Periklanan(<i>Advertising</i>) 1. Kejelasan informasi pada iklan 2. Daya tarik desain dan media iklan 3. Frekuensi penayangan iklan 4. Kredibilitas pesan iklan 5. Kemudahan pemahaman pesan iklan	Ordinal

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	2	3	4
	mengingatkan, serta membangkitkan minat nasabah terhadap pemanfaatan aplikasi BRImo. Dalam penelitian ini, bauran promosi diukur melalui lima dimensi utama, yakni periklanan, promosi penjualan, hubungan, penjualan masyarakat personal, dan pemasaran digital (Kotler et al., 2022; Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022).	B. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>) - Promosi program daya tarik (diskon, bonus, cashback) - Variasi bentuk promosi - Kejelasan syarat dan ketentuan promosi - Ketepatan waktu pelaksanaan promosi - Intensitas menawarkan promosi	
		C. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>) - Publikasi perusahaan di media - Kegiatan acara atau sponsorship - Program tanggung jawab sosial perusahaan - Hubungan dengan masyarakat sekitar - Citra perusahaan di mata publik	Ordinal

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	2	3	4
		D. Penjualan Personal <i>(Personal Selling)</i> 1. Penampilan fisik tenaga penjual 2. Kemampuan menjelaskan produk secara efektif 3. Penguasaan informasi produk 4. Kemampuan memahami kebutuhan konsumen 5. Kemampuan membangun hubungan dengan pelanggan	Ordinal
		E. Pemasaran Digital <i>(Digital Marketing)</i> 1. Kemudahan mengakses informasi melalui media digital 2. Interaktivitas (respons cepat, komunikasi dua arah) 3. Intensitas penggunaan media sosial dan situs web 4. Personalisasi pesan digital 5. Kemudahan proses transaksi yang berani	Ordinal

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	2	3	4
Minat Nasabah (Y)	Minat nasabah didefinisikan sebagai kecenderungan atau dorongan mahasiswa sebagai nasabah untuk memanfaatkan aplikasi BRI Mo setelah menyebarkan manfaat, kemudahan penggunaan, kepercayaan, pengalaman sebelumnya, serta informasi promosi yang diterima. Dalam penelitian ini, minat nasabah diukur melalui empat dimensi utama, yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif (Hidayat & Prasetyo, 2020; Putri & Handayani, 2021; Sari & Nugroho, 2022).	A. Minat Transaksional 1. Keinginan untuk menggunakan produk atau jasa bank 2. Rencana melakukan transaksi dalam waktu dekat 3. Kecenderungan memilih produk untuk digunakan 4. Keyakinan untuk melakukan transaksi 5. Kesiediaan nasabah menjadi aktif	Ordinal
		B. Minat Referensial	Ordinal

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	2	3	4
		1. Ketersediaan merekomendasikan kepada orang lain 2. Keinginan mengajak keluarga atau teman menggunakan produk 3. Memberikan informasi positif kepada orang lain 4. Penceritaan pengalaman penggunaan produk 5. Tingkat kepercayaan untuk menyarankan produk	
		C. Minat Preferensial 1. Menjadikan produk sebagai pilihan utama 2. Ketidakmudahan berpindah ke produk pesaing lain 3. Loyalitas terhadap produk bank 4. Kepuasan terhadap produk yang digunakan 5. Konsistensi dalam pemilihan produk	Ordinal
		D. Minat Eksploratif	Ordinal

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	2	3	4
		1. Mencari informasi tentang produk bank 2. Membandingkan produk dengan penawaran bank lain 3. Mengikuti perkembangan layanan terbaru 4. Mencari ulasan atau pengalaman pengguna lain 5. Ketertarikan mempelajari fitur produk	

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dirancang secara sistematis untuk memperoleh informasi yang valid dan reliabel mengenai variabel yang diteliti. Mengingat pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan sifat deskriptif, maka teknik pengumpulan data yang diterapkan meliputi kuesioner dan penentuan sampel.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen utama dalam pengumpulan data pada penelitian ini. Menurut Sugiyono (2019), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau

pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam konteks penelitian ini, kuesioner dirancang untuk mengukur variabel bauran promosi, minat nasabah. Instrumen ini menggunakan skala Likert yang memungkinkan responden memberikan penilaian terhadap tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap setiap pernyataan yang diajukan.

2. Observasi Partisipatif

Observasi partisipatif adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap aktivitas yang sedang berlangsung (Hardani et al., 2020). Peneliti melakukan observasi langsung terhadap objek penelitian untuk mengamati fenomena yang terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti secara langsung mengobservasi penggunaan produk BRImo serta proses transaksi guna mengidentifikasi kendala teknis, seperti kegagalan sistem. Pengamatan tersebut dilaksanakan selama kegiatan magang.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui dokumen atau catatan tertulis yang tersedia (Arifudin, 2021). Peneliti mengambil foto selama wawancara dengan supervisor bank sebagai bukti pelaksanaan penelitian di lapangan.



Gambar 3. 1 Dokumentasi Wawancara, 2026

4. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah kajian teoritis terhadap referensi, literatur ilmiah, serta sumber terkait yang berhubungan dengan budaya, nilai, dan norma dalam konteks sosial yang diteliti (Sugiyono, 2018). Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, dan artikel. Kajian ini berperan untuk memperkuat landasan teori, memahami variabel-variabel bauran promosi (X) dan minat nasabah (Y), serta membandingkan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini mengidentifikasi jenis dan sumber data yang diperlukan melalui proses pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data dalam bentuk numerik. Variabel bebas (X)

dalam studi ini adalah bauran promosi Aplikasi BRImo, sedangkan variabel terikat (Y) adalah minat nasabah. Pengukuran terhadap bauran promosi dan minat nasabah dilakukan secara kuantitatif melalui instrumen survei terstruktur, di mana responden memberikan penilaian berbasis angka pada aspek-aspek layanan dan tingkat kepuasan mereka.

b. Sumber data

Dalam rangka mengolah data dan merumuskan solusi atas permasalahan penelitian, dilakukan proses pengumpulan data. Pada studi ini, data diperoleh dari data primer. Menurut Sugiyono (2019:8), data primer didefinisikan sebagai data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya tanpa melalui perantara. Pengumpulan data primer dalam studi ini dilaksanakan melalui instrumen kuesioner.

Instrumen yang digunakan dalam studi ini adalah kuesioner tertutup dengan alternatif jawaban yang telah ditetapkan, sehingga memungkinkan responden untuk merespons dengan efisien. Pengukuran dilakukan menggunakan skala bertingkat, yaitu Skala Likert dengan lima kategori: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2019:152), Skala Likert berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Setiap alternatif jawaban diberikan bobot nilai, yang

memungkinkan partisipan menunjukkan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap pernyataan yang diajukan.

Tabel 3. 2 Skala Pengukuran

Jawaban Responden	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Netral (N)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Berdasarkan skala pengukuran yang digunakan yaitu menggunakan Nilai Jenjang Interval (NJI) digunakan untuk mengelompokkan skor hasil pengukuran ke dalam kategori tertentu berdasarkan skala pengukuran yang digunakan. Metode ini membagi rentang skor tertinggi dan terendah ke dalam kategori tertentu, yang memudahkan interpretasi tingkat penilaian responden terhadap variabel yang diteliti. Selanjutnya, data yang diperoleh dari jawaban responden akan dianalisis secara deskriptif menggunakan Nilai Jenjang Interval (NJI). Dengan menggunakan NJI, kondisi variabel penelitian dikategorikan menjadi sangat tidak baik, tidak baik, cukup baik, baik, dan sangat baik.

Menurut Sugiyono (2023), perhitungan Nilai Jenjang Interval dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$N_{ji} = \frac{\text{Nilai tertinggi}-\text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria penilaian}}$$

Selanjutnya, klasifikasi penilaian terhadap variabel penelitian dibuat berdasarkan hasil perhitungan NJI. Oleh karena itu, skor total dari jawaban responden dapat diinterpretasikan secara lebih objektif berdasarkan kategori yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, NJI digunakan untuk mengidentifikasi tingkat penilaian responden terhadap variabel Bauran Promosi Bank Rakyat Indonesia (X) dan Minat Nasabah dalam Penggunaan Aplikasi BRIimo (Y). Ini dilakukan untuk mengetahui kategori penilaian responden untuk masing-masing variabel.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Populasi didefinisikan sebagai keseluruhan subjek penelitian yang memenuhi karakteristik tertentu yang selaras dengan tujuan penelitian dan berfungsi sebagai sumber data primer dalam penelitian kuantitatif. Definisi populasi yang jelas dan presisi diperlukan untuk memastikan pengambilan sampel yang akurat serta generalisasi hasil penelitian yang valid (Sugiyono, 2019)

Dalam penelitian ini, populasinya mencakup seluruh mahasiswa aktif Program Studi D-3 Perbankan dan Keuangan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi angkatan 2023-2025, yang merupakan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk serta telah mengenal atau memanfaatkan aplikasi BRIimo. Pemilihan

populasi ini didasarkan pada relevansi karakteristiknya dengan variabel penelitian, yaitu bauran promosi dan minat terhadap layanan perbankan digital.

Pemfokusan pada populasi pelajar disebabkan oleh posisi sebagai bagian dari Generasi Z, yang menunjukkan tingkat adopsi teknologi digital yang tinggi dan menjadi target segmen utama dalam strategi pemasaran layanan perbankan digital. Studi terdahulu menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung mengadopsi layanan berbasis teknologi secara intensif, meskipun dipengaruhi oleh elemen komunikasi pemasaran serta persepsi kemudahan penggunaan (Nurahmasari, Silfiyah, et al., 2023)

Hal serupa dikemukakan oleh Creswell dan Creswell (2018), penentuan populasi yang spesifik dan diukur dapat meningkatkan akurasi penelitian serta memfasilitasi pemilihan teknik pengambilan sampel yang tepat. Dengan demikian, penentuan populasi pada kelompok yang relevan dengan objek kajian ini bertujuan untuk menghasilkan temuan yang lebih terfokus dan berbasis empiris.

3.2.3.2 Penentuan Sampel

Sampel didefinisikan sebagai subset dari populasi yang dipilih untuk merepresentasikan karakteristik keseluruhan populasi dalam suatu penelitian. Pemanfaatan sampel diperlukan akibat keterbatasan sumber daya waktu, tenaga, dan biaya, yang menjadikan penelitian terhadap seluruh populasi tidak layak (Sugiyono, 2019)

Pada penelitian ini, pengambilan sampel menerapkan teknik *non-probability* sampling dengan metode purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria spesifik yang telah ditetapkan peneliti. Kriteria dalam sampel mencakup:

1. Mahasiswa aktif Program Studi D-3 Perbankan dan Keuangan angkatan 203-2025
2. Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
3. Pernah menggunakan atau mengetahui aplikasi BRImo.

Teknik pemilihan purposive sampling didasarkan pada kemampuan menghasilkan data yang sangat relevan dengan tujuan penelitian, terutama dalam menilai perilaku konsumen digital (Etikan & Bala, 2017).

Ukuran sampel ditentukan melalui pendekatan praktis sesuai ketersediaan responden yang memenuhi kriteria, yakni sebanyak 92 responden. Jumlah ini dianggap cukup untuk penelitian deskriptif kuantitatif, karena ukuran sampel yang proporsional dapat meningkatkan reliabilitas dan stabilitas analisis statistik (Hair et al., 2019).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menerapkan rumus Slovin untuk menghitung ukuran sampel yang diperlukan. Berikut merupakan langkah-langkah penentuan anggota sampel dari populasi menggunakan rumus Slovin.

Dimana :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (5%)

Pemilihan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 5% dilandaskan pada keseimbangan optimal antara tingkat akurasi dan keterjangkauan (*feasibility*) penelitian. Tingkat kesalahan ini relatif lebih permisif dibandingkan 1%, namun tetap memadai untuk penelitian eksploratif atau studi kasus terbatas seperti yang dilakukan pada kajian ini. Dengan populasi sebanyak 120 mahasiswa yang homogen yaitu mahasiswa dari jurusan dan angkatan yang sama *margin error* 5% memungkinkan pengambilan sampel yang lebih kecil tanpa mengorbankan validitas temuan. Selain itu, keterbatasan sumber daya peneliti, meliputi waktu, biaya, dan aksesibilitas, menjadikan pilihan ini realistis guna menghindari kompleksitas perhitungan sampel yang berlebihan. Pemilihan *margin error* tersebut juga selaras dengan tujuan penelitian, yang lebih menekankan analisis tren atau pola umum terkait bauran promosi bank sebagaimana dipandang oleh pengguna dan pemberi tahu aplikasi BRImo, ketimbang generalisasi absolut.

Faktor tambahan yang dipertimbangkan mencakup potensi kesalahan responden dalam pengisian kuesioner, seperti ketidaktepatan, jawaban acak, atau kesalahpahaman terhadap pertanyaan. *Margin error* 5% menyediakan toleransi

terhadap "*noise data*" yang timbul dari ketidaksempurnaan respons, sehingga meminimalkan risiko bias akibat ketidakakuratan data primer. Meskipun demikian, peneliti menyadari bahwa *margin error* sebesar ini membatasi tingkat presisi, sehingga interpretasi hasil penelitian harus dilakukan secara hati-hati dalam konteks spesifik, dengan mempertimbangkan homogenitas populasi dan keterbatasan metodologis yang ada.

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

$$\begin{aligned}
 N &= 120 \\
 e &= 5\% \\
 n &= \frac{120}{1 + 120(5\%)^2} \\
 &= 92,3 \\
 &= 92
 \end{aligned}$$

Dalam penelitian ini, Mahasiswa Aktif Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Angkatan 2023-2025 yang menggunakan Aplikasi BRI_{mo} sebanyak 120 populasi, maka sampel yang didapat adalah 92 pengguna. Dengan melibatkan seluruh nasabah sebagai responden, penelitian ini berpeluang untuk memperoleh beragam perspektif dan pengalaman nasabah yang dapat menggambarkan kondisi umum dalam populasi.

3.2.4 Model Penelitian

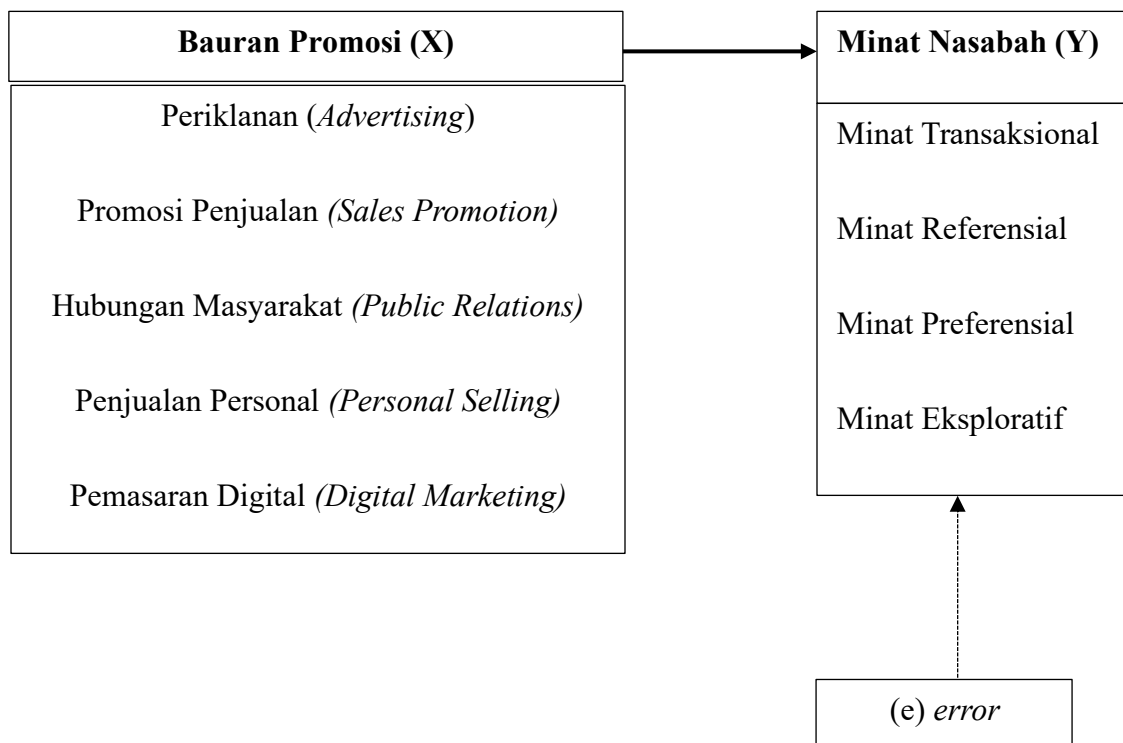
Model penelitian ini merupakan suatu pendekatan yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mengembangkan, dan menjelaskan Pengaruh Bauran Promosi Bank Rakyat Indonesia terhadap minat nasabah dalam penggunaan aplikasi Brimo dikalangan gen-Z (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Angkatan 2023-2025). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan judul " Pengaruh Bauran Promosi Bank Rakyat Indonesia terhadap minat nasabah dalam penggunaan aplikasi Brimo dikalangan gen-Z (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Angkatan 2023-2025)". Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel, yaitu satu variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen). Berikut adalah susunan variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Variabel Bebas (Independen): Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, atau antecedent. Dalam Bahasa Indonesia, variabel ini dikenal sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan pada variabel terikat. Dalam konteks penelitian ini, variabel independen adalah Bauran Promosi (X).
2. Variabel Terikat (Dependen): Variabel ini juga dikenal sebagai variabel output, kriteria, atau konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia, variabel ini sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh

atau menjadi hasil dari variabel bebas. Dalam konteks penelitian ini, variabel terikat adalah Minat

Berikut adalah tabel model penelitian di bawah ini:

Tabel 3. 3 Model Penelitian



3.2.5 Teknik Analisi Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi derajat kemampuan instrumen atau alat pengukuran dalam penelitian guna mengukur variabel yang dimaksud secara akurat (Wahyuning, 2021). Dalam

konteks ini, uji validitas memastikan bahwa item-item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan elektronik dan kepuasan nasabah secara tepat mencerminkan dimensi-dimensi yang dimaksud, sehingga data yang diperoleh dapat diandalkan untuk analisis selanjutnya.

Validitas diuji menggunakan *Pearson Correlation*, di mana *item* pertanyaan dianggap *valid* jika nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS 27 for *Windows*.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi konsistensi dan keandalan instrumen pengukuran dalam menghasilkan hasil yang stabil dan seragam (Wahyuning, 2021: 100). Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur melalui metode *Alpha Cronbach*, yang mengukur tingkat konsistensi internal antar-item pada kuesioner. Nilai koefisien *Alpha Cronbach* berkisar antara 0 hingga 1, dengan kriteria interpretasi sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,7$, data dianggap memiliki keandalan yang kuat.
- 2) Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$, data dianggap memiliki keandalan yang cukup.

- 3) Jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,6$, data dianggap belum dapat diandalkan.

Pengujian Reliabilitas dilakukan dengan bantuan SPSS 27 for Windows.

2. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif menyajikan ringkasan mengenai distribusi data, meliputi ukuran pemusatan seperti mean (rata-rata), median (nilai tengah), dan modus (nilai yang paling sering muncul) (Ghozali, 2018). Analisis ini memungkinkan peneliti untuk memahami karakteristik utama data kualitatif maupun kuantitatif, sekaligus menyediakan landasan bagi pemahaman variabilitas dan pola data.

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian asumsi klasik dan analisis regresi linier sederhana dilakukan, data hasil kuesioner yang diperoleh dari skala Likert diubah dari skala ordinal menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Ini dilakukan karena analisis statistik parametrik seperti uji t, uji regresi linier sederhana, dan uji asumsi klasik membutuhkan bahwa data berada pada tingkat interval atau rasio.

Metode MSI adalah metode transformasi data yang mengubah skor ordinal menjadi skor interval berdasarkan distribusi frekuensi jawaban responden. Metode ini memberikan nilai skala untuk setiap kategori jawaban berdasarkan

proporsi dan distribusi data, sehingga menghasilkan data dengan karakteristik interval. Setelah proses transformasi selesai, data hasil MSI digunakan untuk pengujian asumsi klasik. Pengujian ini termasuk uji normalitas dan heteroskedastisitas untuk melakukan analisis regresi linier sederhana (Siregar 2017).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data yang diamati mengikuti distribusi normal (Ghozali, 2018: 161). Asumsi normalitas ini esensial guna memastikan penerapan analisis statistik parametrik secara tepat. Pengujian normalitas dilaksanakan melalui uji Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan perangkat lunak SPSS 27 *for Windows*. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, data berdistribusi tidak normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, data berdistribusi normal

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat ketidaksamaan varians residual antar-observasi dalam model regresi (Ghozali, 2018: 137). Pengujian ini krusial guna memastikan kesesuaian model regresi. Metode yang diterapkan adalah scatterplot.

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal antara variabel bebas dan variabel terikat. Cara mengukur hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya dapat menggunakan analisis regresi linier sederhana. Untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dapat diuji menggunakan analisis regresi linier sederhana (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk melihat Pengaruh Bauran Promosi Bank Rakyat Indonesia terhadap minat nasabah dalam penggunaan aplikasi Brimo dikalangan gen-Z (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Angkatan 2025). Bentuk persamaan regresi linear sederhana dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

- a) X = Kualitas Produk
- b) Y = Kepuasan Nasabah
- c) a = Konstanta
- d) b = Koefisien regresi

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi memberikan informasi mengenai tingkat kemampuan model regresi linear dalam menjelaskan variasi variabel terikat (Ghozali, 2018: 97). Koefisien ini mengindikasikan proporsi variasi total pada variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Nilai yang tinggi mencerminkan kualitas model yang baik.

b. Uji T

Uji T bertujuan untuk mengukur tingkat pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variasi variabel dependen (Ghozali, 2018: 101). Pengujian ini dimaksudkan untuk menentukan apakah setiap variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian dilakukan dengan SPSS, dengan kriteria:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- 3) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.