

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam studi ini adalah pengaruh promosi *digital* terhadap keputusan penggunaan aplikasi Bale by BTN pada pelaku UMKM yang terdaftar sebagai nasabah aktif di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciamis. Secara lebih spesifik, penelitian ini mengkaji dua hal pokok: pertama, bagaimana pelaksanaan promosi *digital* yang dijalankan oleh BTN KCP Ciamis kepada nasabah UMKM melalui berbagai kanal *digital*; dan kedua, bagaimana tingkat keputusan penggunaan aplikasi Bale by BTN di kalangan nasabah UMKM tersebut, serta seberapa besar pengaruh promosi *digital* tersebut terhadap keputusan penggunaan.

Promosi *digital* sebagai variabel independen (X) dioperasionalkan melalui lima indikator: jangkauan, interaksi, konversi, keterlibatan, dan kepercayaan (Chaffey dan Ellis-Chadwick, 2022). Keputusan penggunaan aplikasi Bale by BTN sebagai variabel dependen (Y) dioperasionalkan melalui lima tahap: keputusan mengunduh, keputusan mendaftar, keputusan menggunakan fitur, keputusan merekomendasikan, dan keputusan penggunaan berkelanjutan Jayanty dan Handayani (2024: 1249). Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada seluruh 56 pelaku UMKM nasabah BTN KCP Ciamis per Desember 2025 yang memenuhi kriteria responden yang telah ditetapkan.

3.1.1 Sejarah Bank BTN

Jejak perjalanan PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk sebagai institusi keuangan negara merentang lebih dari satu abad. Berawal dari *Postspaarbank* lembaga tabungan yang didirikan pemerintah Hindia Belanda pada tahun 1897 di Batavia. Pada masa pendudukan Jepang tahun 1942, lembaga ini diambil alih dan berganti nama menjadi *Tyokin Kyoku*. Setelah proklamasi kemerdekaan, pemerintah Republik Indonesia merestorasi pengelolaannya dan meletakkan fondasi hukum bagi lembaga ini melalui Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1950 yang menandai lahirnya Bank Tabungan Pos pada 9 Februari 1950 sebuah tanggal yang kemudian diabadikan sebagai hari lahir Bank BTN. Nama Bank Tabungan Negara baru resmi digunakan sejak tahun 1963 berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1963 (Laporan Tahunan BTN, 2023 : 12).

Transformasi strategis berikutnya terjadi pada tahun 1974, pemerintah secara resmi menugaskan BTN sebagai satu-satunya institusi perbankan yang bertugas membiayai pembangunan perumahan rakyat melalui skema Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Penugasan bersejarah ini memperkuat identitas BTN sebagai bank spesialis pembiayaan perumahan dan menjadi fondasi bisnis utamanya hingga hari ini. Status BTN resmi berubah menjadi PT Bank Tabungan Negara (Persero), dan pada 17 Desember 2009 BTN mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia melalui *Initial Public Offering* (IPO), sehingga statusnya menjadi PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk (Laporan Tahunan BTN, 2023 : 13).

Memasuki era transformasi *digital* pasca pandemi COVID-19, BTN mengakselerasi pengembangan layanan *digital*nya secara signifikan. Salah satu wujud nyatanya adalah peluncuran aplikasi Bale by BTN yang dirancang khusus untuk memfasilitasi kebutuhan keuangan *digital* pelaku UMKM. BTN KCP Ciamis, sebagai unit operasional yang melayani wilayah Ciamis, turut aktif menjalankan program adopsi *digital* ini dengan target meningkatkan persentase pengguna aktif Bale by BTN di kalangan nasabah UMKM secara bertahap hingga melampaui 60% pada akhir periode penelitian (Laporan Tahunan BTN, 2023 : 67).

3.1.2 Visi dan Misi Bank BTN

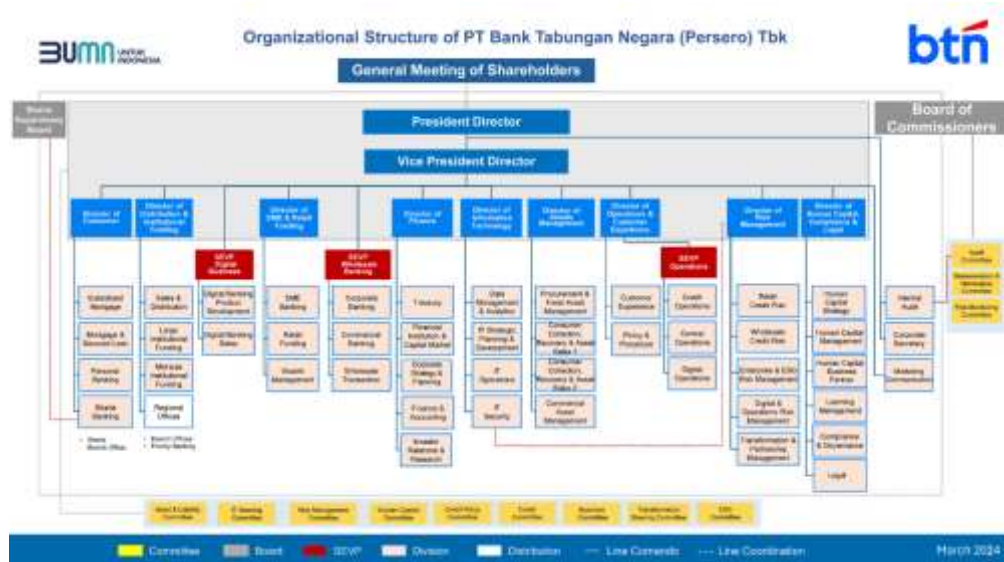
a. Visi

Mitra utama dalam pemberdayaan finansial keluarga Indonesia.

b. Misi

1. Menjadi mitra utama pemerintah dalam inklusi perumahan dan keuangan.
2. Memberikan *customer experience* terbaik melalui layanan *digital* dan finansial yang terintegrasi.
3. Meningkatkan *shareholder value* dengan pertumbuhan profitabilitas yang berkelanjutan.
4. Menjadi rumah bagi talenta terbaik Indonesia.
5. Menerapkan tata kelola perusahaan yang baik dan inovasi bisnis berkelanjutan demi kesejahteraan masyarakat serta kelestarian lingkungan.

3.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT Bank Tabungan Negara.

Sumber : btn.co.id tahun 2026

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian verifikatif (*verifikative research*). Sugiyono (2021:8) menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme yang mensyaratkan fenomena yang diteliti dapat diukur, dikuantifikasi, dan diuji secara statistik untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasi.

Jenis penelitian verifikatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis tentang ada tidaknya pengaruh antara dua variabel melalui pengumpulan data di lapangan. Menurut Sugiyono (2021:55), penelitian verifikatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, serta seberapa besar pengaruh satu variabel terhadap

variabel lainnya secara statistik. Sementara itu, Arikunto (2020:8) menjelaskan bahwa penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah proses menerjemahkan setiap variabel penelitian menjadi konsep yang konkret dan terukur secara empiris di lapangan. Sugiyono (2021 : 38) menyatakan bahwa operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, dan skala pengukuran dari masing-masing variabel yang diteliti. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert dengan lima tingkat respons:

- a. Sangat Setuju (5)
- b. Setuju (4)
- c. Ragu-ragu (3)
- d. Tidak Setuju (2)
- e. Sangat Tidak Setuju (1)

(Sugiyono, 2021 : 93). Skala Likert dipilih karena kesesuaiannya untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat responden terhadap fenomena sosial dalam hal ini penilaian pelaku UMKM terhadap efektivitas promosi *digital* BTN KCP Ciamis dan keputusan mereka dalam menggunakan aplikasi Bale by BTN. Operasionalisasi kedua variabel disajikan secara lengkap pada tabel 3.1 berikut

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Promosi <i>Digital</i> (X) (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022:313-320)	Seluruh aktivitas komunikasi pemasaran berbasis <i>digital</i> melalui berbagai platform <i>digital</i> untuk menginformasikan, dan mendorong pelaku UMKM agar menggunakan aplikasi Bale by BTN	1. Jangkauan <i>Reach</i>	a. Kemudahan akses informasi mengenai aplikasi Bale by BTN melalui platform <i>digital</i> yang tersedia.	Ordinal
				b. Kesesuaian platform <i>digital</i> yang digunakan BTN KCP Ciamis dalam menjangkau calon pengguna Bale by BTN	
2			2. Interaksi <i>Interaction</i>	c. Kemampuan konten promosi Bale by BTN dalam mendorong rasa ingin tahu dan keinginan menggali informasi lebih lanjut	Ordinal
				d. Kemudahan yang dirasakan audiens dalam merespons atau berinteraksi secara langsung dengan konten promosi Bale by BTN	
3			3. Konversi <i>Conversion</i>	e. Efektivitas promosi <i>digital</i> Bale by BTN dalam mendorong keputusan pengunduhan aplikasi secara langsung	Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
				f. Kemampuan promosi <i>digital</i> Bale by BTN dalam mendorong audiens menyelesaikan proses pendaftaran sebagai pengguna aktif	
4			4. Keterlibatan <i>Engagement</i>	g. Kemenarikan dan kualitas konten promosi Bale by BTN yang mendorong audiens untuk secara sukarela menyebarkan nya h. Kesiediaan audiens untuk secara aktif menyampaikan pengalaman positif penggunaan Bale by BTN kepada orang-orang di sekitarnya	Ordinal
5			5. Kepercayaan <i>Trust</i>	i. Kesesuaian antara informasi yang disampaikan dalam promosi <i>digital</i> dengan kondisi nyata aplikasi Bale by BTN yang dirasakan pengguna j. Keyakinan terhadap keamanan dan keandalan aplikasi Bale by BTN yang terbentuk melalui paparan promosi <i>digital</i> BTN KCP Ciamis	Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Keputusan Penggunaan (Y) Jayanty dan Handayani (2024: 1249)	Tahapan di mana pelaku UMKM benar-benar memutuskan untuk menggunakan aplikasi Bale by BTN sebagai layanan keuangan <i>digital</i> usahanya, sebagai hasil dari proses evaluasi terhadap berbagai alternatif layanan yang tersedia	1. Keputusan Mengunduh Aplikasi	a. Kecukupan informasi yang diperoleh sebagai dasar pertimbangan dalam mengambil keputusan pengunduhan aplikasi Bale by BTN	Ordinal
				b. Pertimbangan penilaian (<i>rating</i>) dan ulasan pengguna terdahulu sebagai faktor pendukung keputusan pengunduhan aplikasi	
2			2. Keputusan Mendaftarkan Diri	c. Keputusan aktif pengguna untuk melengkapi seluruh tahapan registrasi dan aktivasi akun Bale by BTN hingga selesai	Ordinal
				d. Kemudahan proses pendaftaran yang dirasakan pengguna sehingga tidak menjadi hambatan dalam menyelesaikan registrasi akun	
3			3. Keputusan Menggunakan Fitur	e. Intensitas dan keaktifan pengguna dalam memanfaatkan fitur-fitur transaksi yang tersedia pada aplikasi Bale by BTN	Ordinal
				f. Kesesuaian fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi Bale by	

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
				BTN dengan kebutuhan transaksi keuangan pengguna sehari-hari	
4			4. Keputusan Merekomendasi	g. Ketersediaan pengguna untuk secara aktif merekomendasikan aplikasi Bale by BTN kepada orang-orang di sekitarnya berdasarkan pengalaman positif yang dirasakan h. Kesiapan pengguna untuk memberikan penilaian (<i>rating</i>) positif dan ulasan yang mendukung di platform distribusi aplikasi sebagai bentuk rekomendasi <i>digital</i>	Ordinal
5			5. Keputusan Penggunaan Berkelanjutan	i. Komitmen jangka panjang pengguna untuk terus menjadikan aplikasi Bale by BTN sebagai layanan keuangan <i>digital</i> utama dalam aktivitas kesehariannya j. Tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi Bale by BTN yang mendorong tidak adanya niat untuk beralih ke aplikasi keuangan <i>digital</i> lainnya	Ordinal

Sumber: data diolah tahun, 2026

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menjadi langkah paling penting dalam penelitian karena kualitas data yang terkumpul sangat menentukan validitas kesimpulan yang dihasilkan (Sugiyono, 2021: 137). Penelitian ini menerapkan dua teknik pengumpulan data yang saling melengkapi:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen utama dalam pengumpulan data. Kuesioner dirancang menggunakan Skala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Ragu-ragu, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju). Menurut Sugiyono (2021 : 142), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai persepsi mereka.

Rumus Perhitungan Skor Kuesioner:

a. Skor Total per Responden

$$\text{Skor Total} = \Sigma (\text{Skor Item})$$

Dimana:

Σ = Sigma (penjumlahan)

Skor Item = Nilai yang dipilih responden untuk setiap pernyataan (1-5)

b. Rata-rata Skor per Variabel

$$\bar{X} = \frac{\Sigma(\text{Skor Total})}{n}$$

Dimana:

$\sum$ (Skor Total) = Jumlah total skor semua responden

n = Jumlah responden

Rumus rata-rata skor digunakan untuk mengetahui nilai tengah dari keseluruhan responden terhadap suatu variabel, memberikan gambaran umum apakah penilaian responden cenderung positif, netral, atau negatif.

c. Persentase Tanggapan Responden

$$X = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Dimana:

X = Jumlah persentase jawaban

F = Jumlah jawaban atau frekuensi

N = Jumlah responden

Rumus persentase digunakan untuk mengonversi skor aktual menjadi persentase pencapaian. Interpretasi persentase mengikuti kriteria: 0%-20% (sangat tidak baik), 21%-40% (tidak baik), 41%-60% (cukup), 61%-80% (baik), dan 81%-100% (sangat baik).

2. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, dan laporan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Menurut Nazir (2020 : 79).

Studi pustaka dalam penelitian ini meliputi:

- a. Penelitian terdahulu yang relevan dengan promosi *digital* dan keputusan penggunaan layanan keuangan *digital*

- b. Buku-buku teks manajemen pemasaran, perilaku konsumen, dan adopsi teknologi
- c. Jurnal ilmiah nasional terkait *digital marketing* dan *mobile banking*
- d. Laporan dan publikasi resmi instansi pemerintah dan BTN.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2021:23). Data kuantitatif dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh responden dengan menggunakan Skala Likert yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik parametrik regresi linear sederhana.

b. Sumber Data

Penelitian ini memanfaatkan dua sumber data yang saling melengkapi:

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama tanpa melalui perantara (Sekaran dan Bougie, 2020:113). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 56 responden pelaku UMKM nasabah BTN KCP Ciamis yang mengukur penilaian mereka terhadap promosi *digital* BTN KCP Ciamis (variabel X) dan keputusan mereka dalam menggunakan aplikasi Bale by BTN (variabel Y).
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara, berupa dokumen, laporan, atau publikasi yang sudah tersedia (Sekaran dan Bougie, 2020:113). Data sekunder dalam

penelitian ini meliputi: laporan tahunan PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, dokumen internal BTN KCP Ciamis, publikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Kementerian Koperasi dan UKM, serta jurnal ilmiah.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM nasabah di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciamis. Menurut Sugiyono (2021 : 80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dengan kualitas yang ditetapkan peneliti untuk ditarik kesimpulannya. Berdasarkan data internal BTN KCP Ciamis per Desember 2025, jumlah populasi tercatat sebanyak 127 pelaku UMKM (*Sumber: Data Internal BTN KCP Ciamis, Desember 2025*).

3.2.3.3 Penentuan Sampel

a. Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti (Sugiyono, 2021:85). Kriteria responden yang ditetapkan adalah:

1. Pelaku UMKM yang terdaftar dan aktif sebagai nasabah BTN KCP Ciamis
2. Berusia minimal 18 tahun
3. Pernah mendapatkan informasi tentang aplikasi Bale by BTN

b. Ukuran Sampel

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin, yaitu rumus yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel minimum dari suatu populasi yang

telah diketahui jumlahnya dengan tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi (Sugiyono, 2021:87). Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi (127 pelaku UMKM nasabah BTN KCP Ciamis per Desember 2025)

e = Tingkat kesalahan yang ditoleransi (10% = 0,10)

Perhitungan:

$$n = \frac{127}{1 + 127 \times (0,10)^2} = \frac{127}{1 + 1,27} = \frac{127}{2,27} = 55,95 \approx 56 \text{ responden}$$

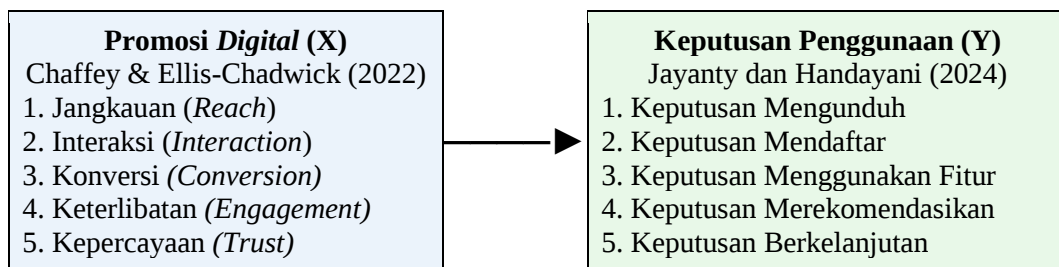
Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 56 responden pelaku UMKM nasabah BTN KCP Ciamis yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Tingkat kesalahan 10% dipilih karena penelitian ini bersifat verifikatif dengan populasi yang relatif kecil dan homogen, sehingga toleransi tersebut dinilai cukup memadai untuk menghasilkan estimasi yang representatif.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian menggambarkan hubungan fungsional antara variabel promosi *digital* (X) dan keputusan penggunaan aplikasi Bale by BTN (Y) dalam bentuk persamaan matematis yang menjadi dasar teknik analisis. Penelitian ini

menggunakan model analisis regresi linear sederhana, yang menggambarkan pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen secara linear.

Model dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 3.2
Model Penelitian

3.2.5 Teknik Analisis Data

3.2.5.1 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut Sugiyono (2021 : 121), suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Menggunakan teknik korelasi Product Moment Pearson dengan bantuan program SPSS. Item dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel pada tingkat signifikansi 5%.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke

waktu (Ghozali, 2021:45). Pengujian reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan bantuan program SPSS.

Kriteria Pengujian:

1. Instrumen dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ (Ghozali, 2021:45)
2. Instrumen dianggap tidak reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,6$

Tabel 3.2 Interpretasi Nilai Cronbach's Alpha

Nilai Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
0,21 – 0,40	Agak Reliabel
0,41 – 0,60	Cukup Reliabel
0,61 – 0,80	Reliabel
0,81 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Ghozali (2021:45)

3. Analisis Deskriptif (Garis Kontinum)

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai tanggapan responden terhadap setiap variabel penelitian. Analisis menggunakan nilai rata-rata (mean) dari setiap item dan dimensi variabel, yang kemudian diinterpretasikan menggunakan garis kontinum.

Rumus Nilai Rata-rata (Mean):

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

Dimana:

- a. $\bar{X}$ = Nilai rata-rata
- b. $\sum X$ = Jumlah total skor

c. n = Jumlah responden

Garis kontinum dihitung dengan rumus:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dengan skala Likert 1–5 dan 56 responden, skor minimum per butir = $1 \times 56 = 56$

dan skor maksimum = $5 \times 56 = 280$.

Persentase skor aktual = $(\text{Skor Total} / 280) \times 100\%$.

Tabel 3.3 Skor Distribusi Frekuensi Responden

Rentang Nilai	Kategori
20,00% – 36,00%	Sangat Tidak Baik
36,01% – 52,00%	Tidak baik
52,01% – 68,00%	Cukup
68,01% – 84,00%	Baik
84,01% – 100,00%	Sangat baik

Sumber: Diolah penulis, 2026

Tabel 3.4 Interpretasi Nilai Rata-rata Garis Kontinum

Rentang Nilai	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Cukup
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Diolah penulis, 2026

4. Nilai Jenjang Interval (NJI)

Dalam penelitian ini, interpretasi hasil analisis deskriptif juga didukung oleh penentuan Nilai Jenjang Interval (NJI). NJI adalah nilai batas kategori yang ditetapkan berdasarkan rentang skor hasil transformasi data

ordinal menjadi data interval melalui *Method of Successive Interval* (MSI), sehingga kategori penilaian yang dihasilkan mencerminkan kondisi yang sesungguhnya pada skala interval, bukan sekadar skala ordinal asli dari Skala Likert.

Tujuan penggunaan NJI dalam penelitian ini adalah untuk memberikan dasar interpretasi yang lebih akurat dan valid terhadap nilai rata-rata setiap butir pernyataan maupun dimensi variabel setelah data dikonversi menggunakan MSI. Karena proses transformasi MSI menghasilkan nilai-nilai interval yang tidak lagi sepenuhnya identik dengan rentang 1–5 pada skala Likert asli, maka diperlukan kategori interpretasi yang disesuaikan dengan rentang skor hasil transformasi tersebut.

Rumus penentuan NJI adalah sebagai berikut.

$$\text{NJI} = (\text{Nilai Tertinggi Transformasi} - \text{Nilai Terendah Transformasi}) / \text{Jumlah Kategori}$$

Berdasarkan hasil transformasi MSI pada data penelitian ini (lampiran 5), nilai terendah hasil transformasi adalah 1,000 dan nilai tertinggi adalah 4,577.

$$\text{NJI} = \frac{4,577 - 1,000}{5} = \frac{3,577}{5} = 0,715$$

Sehingga kategori interpretasi NJI yang digunakan dalam penelitian ini menjadi dasar dalam menginterpretasikan skor rata-rata hasil penelitian ke dalam kategori penilaian tertentu. Adapun kategori interpretasi NJI yang digunakan adalah sebagai berikut.

Tabel 3.5 Interpretasi Nilai Jenjang Interval (NJI)

Rentang Nilai	Kategori
1,000 – 1,715	Sangat Tidak Baik
1,716 – 2,431	Tidak Baik
2,432 – 3,147	Cukup
3,148 – 3,863	Baik
3,864 – 4,577	Sangat Baik

Sumber: Diolah penulis, 2026

Kategori NJI di atas digunakan sebagai acuan utama dalam menginterpretasikan nilai rata-rata (*mean*) hasil analisis deskriptif pada Bab IV, mengingat nilai *mean* yang digunakan dalam pembahasan merupakan nilai rata-rata dari data yang telah ditransformasi ke skala interval melalui MSI. Dengan menggunakan NJI, pembahasan mengenai tingkat penilaian responden terhadap promosi *digital* dan keputusan penggunaan aplikasi Bale by BTN dapat disampaikan secara lebih tepat dan proporsional.

5. Analisis Data Menggunakan Method of Successive Interval (MSI)

Method of Successive Interval (MSI) adalah teknik transformasi data ordinal menjadi data interval. Data dari kuesioner dengan Skala Likert bersifat ordinal, sehingga perlu ditransformasi agar memenuhi syarat analisis statistik parametrik seperti regresi linear.

Langkah-langkah MSI:

1. Menghitung frekuensi setiap pilihan jawaban pada setiap item
2. Menghitung proporsi setiap pilihan jawaban
3. Menghitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan

4. Menentukan nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif menggunakan tabel distribusi normal
5. Menghitung nilai densitas fungsi Z
6. Menghitung Scale Value (nilai skala) untuk setiap pilihan jawaban
7. Menghitung nilai transformasi untuk mengubah data ordinal menjadi interval

Transformasi data menggunakan MSI penting dilakukan karena analisis regresi mensyaratkan data berskala interval atau rasio. Dengan transformasi ini, data ordinal dari kuesioner dapat dianalisis menggunakan teknik statistik parametrik yang lebih menghasilkan estimasi yang akurat.

3.2.5.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi dasar regresi linear.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Menurut Ghozali (2021 : 154), uji normalitas penting dilakukan karena uji t mengasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal.

Metode Pengujian dengan bantuan program SPSS yaitu:

1. Analisis Grafik: melalui histogram dan Normal P-P Plot
2. Uji Statistik: menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Ghozali (2021 : 137), model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Metode Pengujian: Uji Glejser dengan bantuan program SPSS.

Kriteria Pengujian:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Ghozali (2021:111) menyatakan bahwa model regresi yang baik adalah model yang bebas dari autokorelasi. Pengujian autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan statistik uji Durbin-Watson (DW) dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Apabila nilai DW berada di antara d_U hingga $4-d_U$ ($d_U < DW < 4-d_U$), maka tidak terjadi autokorelasi.
2. Apabila nilai $DW < d_L$ atau $DW > 4-d_L$, maka terjadi indikasi autokorelasi.

3.2.5.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Sugiyono (2021 : 188) menjelaskan regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional maupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Model persamaan regresi yang digunakan:

$$Y = a + bX + e$$

Dimana:

- a. Y = Keputusan Penggunaan Aplikasi Bale by BTN
- b. X = Promosi *Digital*
- c. a = Konstanta (nilai Y apabila $X = 0$)
- d. b = Koefisien regresi variabel promosi *digital*
- e. e = Error term (faktor pengganggu)

3.2.6 Uji Hipotesis

3.2.6.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < 0,05$, maka H_1 diterima (terdapat pengaruh signifikan)
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > 0,05$, maka H_1 ditolak (tidak terdapat pengaruh signifikan)

Hipotesis:

- a. $H_0: \beta = 0$ (Promosi *digital* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Bale by BTN)
- b. $H_1: \beta \neq 0$ (Promosi *digital* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Bale by BTN)

Kriteria Pengujian:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh signifikan)
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak terdapat pengaruh signifikan)

Nilai t_{tabel} diperoleh dari tabel distribusi t dengan jumlah sampel $n = 56$, maka derajat kebebasan yang digunakan adalah $df = 56 - 2 = 54$ pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$.

3.2.6.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Menurut Ghazali (2021 : 97), nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas, sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Interpretasi Koefisien Determinasi:

1. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$)
2. $R^2 = 0$: Variabel independen tidak mampu menjelaskan variabel dependen sama sekali
3. $R^2 = 1$: Variabel independen mampu menjelaskan 100% variasi variabel dependen
4. Nilai $R^2 \times 100\%$ = Persentase variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh promosi *digital*