

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), objek penelitian adalah suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, objek penelitian ditetapkan pada dua variabel utama, yaitu positioning Tabungan Simpedes sebagai variabel bebas dan citra merek Bank BRI sebagai variabel terikat, dengan pedagang Pasar Cikurubuk Tasikmalaya sebagai subjek yang menjadi sumber data penelitian. Penetapan objek ini didukung oleh beberapa jurnal ilmiah yang relevan. (Ibam et al., 2016) membuktikan bahwa positioning produk merupakan objek yang layak dikaji dalam kaitannya dengan pembentukan citra merek, dengan hasil pengaruh positif dan signifikan antara keduanya pada pemilik mobil Daihatsu Xenia di Kota Malang. Hal serupa juga dikemukakan oleh (Marzeni et al., 2013) yang menjadikan strategi positioning dan citra merek sebagai objek penelitian pada konsumen SIM Card simPATI PT Telkomsel di Kota Padang, dengan hasil bahwa positioning berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek konsumen.

Dalam konteks perbankan, (Maylani & Fanshurna, 2025) menjadikan strategi positioning dan citra merek sebagai objek penelitian pada produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali, dan hasilnya menunjukkan bahwa positioning yang diterapkan secara efektif mampu memperkuat citra merek sekaligus meningkatkan kuantitas penjualan. Lebih spesifik pada produk Tabungan

Simpedes, (Astaman, 2022) telah menjadikan produk tersebut sebagai objek penelitian dalam konteks strategi pemasaran pada BRI Unit Mallusetasi Kabupaten Barru, dengan temuan bahwa Tabungan Simpedes berada pada posisi tumbuh dengan daya saing yang tinggi di pasar. Berdasarkan kajian berbagai jurnal tersebut, penetapan positioning Tabungan Simpedes dan citra merek Bank BRI pada pedagang Pasar Cikurubuk Tasikmalaya sebagai objek penelitian telah memiliki landasan ilmiah yang kuat sekaligus mengisi kesenjangan penelitian yang belum pernah dieksplorasi sebelumnya. Responden dalam penelitian ini adalah para nasabah yang memiliki tabungan simpedes bank BRI yang merupakan pedagang pasar cikurubuk Tasikmalaya.

3.1.1 Sejarah dan Profil Bank BRI

Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan pada 16 Desember 1895 di Purwokerto oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* yang bertujuan untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada petani dan nelayan. Dalam perkembangannya, lembaga ini beberapa kali mengalami perubahan nama dan status kelembagaan, hingga setelah Indonesia merdeka, pada Februari 1946, secara resmi ditetapkan sebagai bank pemerintah dengan nama Bank Rakyat Indonesia. Sejak saat itu, BRI terus menjalankan perannya sebagai bank yang fokus pada pembiayaan sektor kerakyatan.

Pada periode berikutnya, BRI mengalami berbagai perubahan struktural, termasuk penggabungan ke dalam Bank Koperasi, Tani dan Nelayan (BKTN) serta Bank Negara Indonesia Unit II, sebelum akhirnya pada tahun 1968 kembali berdiri

sebagai Bank Rakyat Indonesia yang mandiri. Seiring berjalannya waktu, BRI dipercaya sebagai penyalur utama kredit program pemerintah, khususnya di sektor pertanian dan usaha mikro. Pada tahun 1992, BRI resmi berstatus sebagai perusahaan persero, dan pada tahun 2003 melantai di Bursa Efek Jakarta, menandai langkah besar dalam transformasi bisnis dan tata kelola perusahaan.

Memasuki era modern, BRI terus berkembang melalui penguatan layanan mikro, transformasi digital, serta pembentukan holding ultra mikro bersama Pegadaian dan Permodalan Nasional Madani (PNM). BRI juga melakukan berbagai akuisisi dan pengembangan anak perusahaan di bidang perbankan syariah, asuransi, pembiayaan, investasi, dan teknologi keuangan. Dengan inovasi berkelanjutan dan komitmen terhadap inklusi keuangan, BRI kini menjadi salah satu bank terbesar di Indonesia yang berperan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan pemberdayaan UMKM.

BRI telah hadir lebih dari 130 tahun memberi pelayanan terbaik bagi seluruh lapisan masyarakat, BRI turut andil dalam upaya membangun negeri dan Memberi Makna Indonesia. Didukung oleh 7.405 unit kantor, BRI juga didukung oleh sekitar 1,2 juta AgenBRILink yang tersebar di Indonesia, menjangkau 66.649 desa atau lebih dari 80 persen desa di Tanah Air. Untuk melengkapi layanan tersebut, BRI juga meningkatkan akses transaksi melalui pengembangan infrastruktur digital. Total E-Channel BRI mencapai lebih dari 687 ribu unit, yang mencakup jaringan ATM, CRM, serta merchant. Porsi transaksi *digital banking* juga telah mencapai 99,4 persen dari total transaksi BRI, menunjukkan bahwa masyarakat semakin

mengandalkan layanan digital yang tersedia secara 24/7 di berbagai wilayah Indonesia.

Dalam mendukung kebutuhan finansial masyarakat yang beragam, BRI menawarkan berbagai produk perbankan, mulai dari tabungan seperti BRI Simpedes, BritAma, dan Tabungan Haji, hingga produk pinjaman seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), Kupedes, serta layanan digital seperti BRImo. Salah satu produk unggulan yang menjadi fokus dalam menjangkau masyarakat menengah ke bawah, khususnya pelaku usaha kecil dan pedagang pasar, adalah Tabungan Simpedes. Tabungan Simpedes merupakan produk simpanan dengan persyaratan mudah, setoran awal yang ringan, serta biaya administrasi yang terjangkau, sehingga cocok bagi masyarakat luas. Selain itu, Simpedes juga menawarkan kemudahan akses melalui jaringan kantor BRI hingga pelosok desa serta dukungan AgenBRILink, sehingga nasabah dapat melakukan transaksi dengan lebih praktis. Keunggulan lainnya adalah adanya program undian berhadiah yang menjadi daya tarik tambahan bagi nasabah. Dengan berbagai keunggulan tersebut, Tabungan Simpedes tidak hanya berfungsi sebagai sarana menabung, tetapi juga sebagai alat untuk meningkatkan inklusi keuangan dan memperkuat citra BRI sebagai bank yang dekat dengan masyarakat.

3.1.2 Visi dan Misi Bank BRI

a. Visi :

Menjadi *The Most Valuable Banking Group in Southeast Asia and champion of financial inclusion.*

b. Misi

- 1) Memberikan Pelayanan Yang Terbaik, Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- 2) Menyediakan Pelayanan Yang Prima, Memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis kinerja (*performance-driven culture*), teknologi informasi yang handal dan *future ready*, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip *operational* dan *risk management excellence*.
- 3) Bekerja dengan Optimal dan Baik, Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan *praktik Good Corporate Governance* yang sangat baik.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah Kuantitatif dengan pendekatan verifikatif. Menurut Sugiyono 2017:8 dalam (Azaria & Ariyanto, 2025) penelitian kuantitatif ialah “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data

bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Metode verifikatif dalam buku (Sugiyono 2018, hlm. 55) adalah metode penelitian yang pada dasarnya digunakan untuk menguji teori dengan pengujian atau pembuktian hipotesis. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak. Metode ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris apakah positioning produk Tabungan Simpedes berpengaruh terhadap pembentukan citra merek Bank BRI di benak konsumen, sekaligus untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel positioning Tabungan Simpedes (X) terhadap citra merek Bank BRI (Y) pada pedagang Pasar Cikurubuk Tasikmalaya.

Pengujian hipotesis tersebut dilakukan pada objek penelitian yaitu pedagang Pasar Cikurubuk Tasikmalaya yang merupakan nasabah aktif pemegang Tabungan Simpedes Bank BRI, dengan pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner yang disebar langsung kepada responden terpilih sebagai sampel penelitian.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel adalah cara peneliti menjabarkan atau mendefinisikan variabel penelitian menjadi sesuatu yang konkret dan dapat diukur secara empiris melalui indikator-indikator tertentu. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel utama yang diukur secara langsung, yaitu positioning Tabungan Simpedes sebagai variabel bebas (X) yang dijabarkan ke dalam ketiga indikator meliputi keunggulan produk, kemudahan penggunaan, dan kesesuaian kebutuhan, serta citra merek Bank

BRI sebagai variabel terikat (Y) yang dijabarkan ke dalam tiga indikator meliputi reputasi bank, tingkat kepercayaan, dan kebanggaan menggunakan produk.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Positioning Tabungan Simpedes (X)	Positioning Tabungan Simpedes dapat diartikan sebagai upaya Bank BRI dalam merancang dan menempatkan produk Tabungan Simpedes pada posisi yang jelas di benak pedagang Pasar Cikurubuk Tasikmalaya. Kotler dan Keller (2016:297).	Atribut produk (<i>Attributes</i>)	a. Keunggulan produk 1. Setoran awal Tabungan Simpedes ringan dan mudah dijangkau oleh pedagang pasar. 2. Biaya administrasi Tabungan Simpedes terjangkau dan sesuai kemampuan nasabah pedagang. 3. Fitur Tabungan Simpedes (buku tabungan, kartu ATM, layanan BRI Unit) memadai untuk transaksi harian.	Ordinal
		Manfaat yang ditawarkan (<i>Benefits</i>)	b. kemudahan penggunaan 1. Tabungan Simpedes memberikan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari bagi pedagang pasar. 2. Tabungan Simpedes	

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
			memberikan rasa aman dalam menyimpan dana hasil usaha dagang. 3. Tabungan Simpedes membantu pedagang mengelola keuangan usaha secara lebih efisien dan teratur.	
		Keyakinan & nilai (Beliefs & Values)	c. Kesesuaian kebutuhan 1. Keyakinan bahwa BRI adalah bank yang paling tepat untuk menyimpan dana usaha mikro. 2. Tabungan Simpedes mencerminkan nilai kerakyatan dan kepedulian bank terhadap usaha kecil. 3. Simpedes sesuai dengan kebutuhan masyarakat kecil/pedagang.	
Citra Merek Bank BRI (Y)	Citra merek Bank BRI merupakan persepsi dan keyakinan	Kekuatan (<i>Strenght</i>)	a. reputasi bank 1. Bank BRI memiliki karakter utama sebagai bank rakyat yang kuat	Ordinal

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	yang terbentuk di benak pedagang Pasar Cikurubuk Tasikmalaya terhadap merek Bank BRI beserta produk Tabungan Simpedes. Kotler dan Keller (2018:346)		dan mudah diingat oleh pedagang pasar. 2. Informasi mengenai keunggulan Tabungan Simpedes BRI mudah diperoleh dan tertanam kuat di benak pedagang. 3. Reputasi BRI sebagai bank BUMN yang terpercaya memperkuat citra merek di benak pedagang pasar.	
		Kesukaan (<i>Favorability</i>)	b. Tingkat kepercayaan 1. Pedagang memiliki pandangan positif terhadap BRI karena atribut Tabungan Simpedes sesuai kebutuhan usaha 2. Pedagang menyukai Tabungan Simpedes karena manfaatnya nyata dirasakan dalam pengelolaan keuangan harian.	

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
			3. Pedagang memiliki keyakinan positif bahwa BRI selalu hadir melayani kebutuhan nasabah segmen mikro.	
		Keunikan (Uniqueness)	c. Kebanggaan menggunakan produk 1. Tabungan Simpedes memiliki keunikan tersendiri sebagai produk tabungan yang khusus dirancang untuk masyarakat pedesaan dan pelaku usaha mikro. 2. BRI memiliki keunggulan kompetitif yang khas dibandingkan bank lain yaitu jaringan BRI Unit hingga pelosok pasar tradisional. 3. Identitas BRI sebagai "Bank Rakyat Indonesia" merupakan keunikan yang membedakannya	

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
			secara jelas dari kompetitor di benak pedagang.	

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono, 2017:199 dalam (Susi Rahmawati, 2023) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dipilih sebagai teknik pengumpulan data karena dinilai efektif dan efisien dalam memperoleh data dari responden yang tersebar di lokasi penelitian, di mana kuesioner tersebut disebarkan secara langsung kepada pedagang Pasar Cikurubuk Tasikmalaya yang merupakan nasabah aktif Tabungan Simpedes Bank BRI dan berisi pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel positioning Tabungan Simpedes (X) dan citra merek Bank BRI (Y). Menurut Sugiyono, 2018 dalam (Susi Rahmawati, 2023) kuesioner dapat berupa pertanyaan / pernyataan tertutup atau terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos dan internet. Pada penelitian ini skala ukur yang digunakan

yaitu skala likert. Dalam skala likert terdapat pertanyaan yang akan diisi oleh responden. Responden akan mengisi atau menjawab pertanyaan sesuai dengan pengukuran dari skala likert. Jawaban responden dibagi dalam lima kategori penilaian, dimana masing-masing skor satu sampai lima. Dalam penelitian ini terdiri lima jawaban yang mengandung variasi nilai bertingkat, antara lain:

Tabel 3.2 Skala Pengukuran

Pilihan	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2020:146)

2. Studi Pustaka

Selain kuesioner, penelitian ini juga menggunakan studi pustaka sebagai teknik pengumpulan data pendukung. Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari dan menelaah berbagai sumber literatur seperti buku, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Studi pustaka dipilih sebagai teknik pendukung karena memberikan landasan teoritis yang kuat dalam memahami konsep-konsep yang berkaitan dengan variabel penelitian. Dalam penelitian ini, studi pustaka digunakan untuk memperoleh landasan teori mengenai positioning Tabungan

Simpedes dan citra merek Bank BRI, yang selanjutnya menjadi dasar dalam penyusunan instrumen penelitian berupa kuesioner yang akan disebarakan kepada responden di Pasar Cikurubuk Tasikmalaya.

3. *Participant Observer*

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *participant observer* dengan cara mengikuti kegiatan magang secara langsung di Bank BRI unit atau kantor cabang terkait. Selama masa magang tersebut, penulis tidak hanya berperan sebagai pengamat pasif, melainkan turut serta secara aktif dalam setiap proses kegiatan operasional yang berlangsung, termasuk mengamati bagaimana pihak Bank BRI memposisikan produk Tabungan Simpedes kepada nasabah maupun calon nasabahnya.

Selain itu, penulis juga turun langsung ke lapangan, yakni ke Pasar Cikurubuk, guna mengamati secara nyata kondisi, perilaku, dan dinamika yang terjadi di lingkungan tersebut. Kehadiran penulis secara langsung di Pasar Cikurubuk memungkinkan perolehan data primer yang lebih akurat, khususnya dalam memahami bagaimana para pedagang pasar mengenal, memandang, dan mempersepsi produk Tabungan Simpedes sebagai bagian dari citra merek Bank BRI di benak mereka. Melalui keterlibatan langsung ini, penulis dapat mengamati secara mendalam sejauh mana strategi *positioning* yang diterapkan Bank BRI terhadap Tabungan Simpedes benar benar memberikan pengaruh terhadap pembentukan citra merek di kalangan pedagang Pasar Cikurubuk sebagai subjek penelitian.

4. Wawancara Mendalam

Penelitian ini juga menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan data pendukung. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada beberapa pedagang Pasar Cikurubuk yang merupakan nasabah aktif Tabungan Simpedes BRI guna memperoleh informasi awal dan konfirmasi atas data yang diperoleh melalui kuesioner.

5. Dokumentasi

Menurut Sugiyono 2017 dalam (Aulia, 2024), dokumen adalah catatan peristiwa yang telah berlaku. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang dapat berbentuk tulisan, gambar, maupun karya-karya monumental dari seseorang, di mana studi dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder berupa profil dan sejarah Bank BRI, data jumlah nasabah Tabungan Simpedes yang tercatat di BRI Unit Cikurubuk, serta berbagai jurnal ilmiah dan penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel positioning dan citra merek sebagai pendukung landasan teoritis penelitian.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Untuk jenis dan sumber data yang diperlukan, pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif.

Menurut (Ani et al., 2021) Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan (scoring). Dalam penelitian ini, data kuantitatif diperoleh dari hasil jawaban responden melalui kuesioner yang disebarkan secara langsung kepada pedagang Pasar Cikurubuk Tasikmalaya yang merupakan nasabah aktif Tabungan Simpedes Bank BRI, di mana setiap jawaban responden diukur menggunakan Skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai dengan 5, kemudian diolah dan dianalisis secara statistik guna menguji seberapa besar pengaruh positioning Tabungan Simpedes (X) terhadap citra merek Bank BRI (Y).

- b. Sumber data

Dalam rangka memperoleh data yang diperlukan untuk menjawab permasalahan penelitian, peneliti menggunakan dua sumber data yang terdiri dari data primer dan data sekunder. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data utama dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono 2013 data primer adalah sumber data yang memberikan data secara langsung kepada responden. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh secara langsung dari pedagang Pasar

Cikurubuk Tasikmalaya yang merupakan nasabah aktif Tabungan Simpedes Bank BRI melalui penyebaran kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan mengenai positioning Tabungan Simpedes dan citra merek Bank BRI.

2. Data Sekunder

Penelitian ini juga menggunakan data sekunder sebagai data pendukung. Menurut Sugiyono (2017:187), sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalkan dari pihak lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber literatur seperti buku teks, jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, serta informasi resmi dari website Bank BRI yang berkaitan dengan produk Tabungan Simpedes dan profil perusahaan.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono 2019:126 dalam (Susi Rahmawati, 2023) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya sekadar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut.

Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari 4.195 pedagang kios dan kaki lima Pasar Cikurubuk Tasikmalaya berdasarkan wawancara dengan pengelola Pasar Cikurubuk. Studi pada pedagang Pasar Cikurubuk Tasikmalaya dipilih karena

seluruh subjek penelitian merupakan pelaku usaha mikro yang secara aktif menggunakan Tabungan Simpedes Bank BRI dalam menunjang kegiatan transaksi keuangan sehari-hari, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengukur persepsi mereka terhadap positioning Tabungan Simpedes dan citra merek Bank BRI secara spesifik dan relevan. Pasar Cikurubuk merupakan salah satu pasar tradisional terbesar di Kota Tasikmalaya yang memiliki jumlah pedagang cukup banyak dan beragam. Selain itu, pedagang pasar tradisional merupakan segmen nasabah utama yang menjadi sasaran strategis produk Tabungan Simpedes sebagai tabungan yang merakyat dan mudah dijangkau.

Kendala yang dihadapi peneliti dalam mengakses data nasabah secara langsung melalui pihak bank, seperti keterbatasan izin dan kerahasiaan data nasabah, menjadikan pedagang Pasar Cikurubuk sebagai pilihan yang tepat dan strategis. Selain itu, lokasi Pasar Cikurubuk yang masih dapat dijangkau secara geografis serta keberadaan Bank BRI Unit Cikurubuk di kawasan tersebut memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi dan mengakses responden yang merupakan nasabah aktif Tabungan Simpedes secara langsung di lapangan, sehingga proses pengumpulan data dapat berjalan lebih efisien dari segi waktu maupun biaya.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan populasi yang dipilih untuk mewakili populasi tersebut dalam sebuah penelitian. Menurut (Susi Rahmawati, 2023) sampel adalah sebagian dari populasi yang dapat dijangkau serta memiliki sifat yang sama dengan populasi yang diambil sampelnya tersebut.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan pendekatan *purposive sampling*. *Purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Menurut Sugiyono 2019 dalam (Ani et al., 2021) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Artinya pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah dirumuskan terlebih dahulu oleh peneliti. Kriteria nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini meliputi:

- a. Pedagang yang aktif berjualan di Pasar Cikurubuk Tasikmalaya seperti responden yang harus benar-benar masih menjalankan kegiatan berdagang secara aktif di lokasi Pasar Cikurubuk pada saat penelitian berlangsung.
- b. Pedagang yang terdaftar dan tercatat sebagai nasabah aktif Tabungan Simpedes Bank BRI. Untuk mengetahui nasabah aktif dilakukan secara self-reported, di mana peneliti menanyakan secara langsung kepada setiap calon responden sebelum kuesioner diberikan, apakah yang bersangkutan merupakan pemegang rekening Tabungan Simpedes BRI yang masih aktif. Responden yang tidak memenuhi kriteria ini tidak diikutsertakan sebagai sampel.

Berdasarkan data dari jumlah pedagang Pasar Cikurubuk berjumlah 4.195 pedagang. Namun karena populasi dan objek ini terlalu luas baik dari segi jangkauan maupun jumlah elemen yang akan diteliti, maka peneliti menggunakan Rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10% (0,1). Adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e^2 = Tingkat kesalahan sampel (10%) = 0,1

Sehingga:

$$n = \frac{4.195}{1 + 4.195(0,1)^2} = \frac{4.195}{42,95} = 97,6 \text{ dibulatkan menjadi } 98 \text{ responden}$$

Berdasarkan rumus tersebut dengan tingkat kesalahan 0,1, maka diperoleh sampel sebanyak 97,6 yang dibulatkan menjadi 98 responden. Pembulatan dilakukan atas pertimbangan bahwa penambahan jumlah sampel akan berkontribusi pada peningkatan tingkat kerepresentatifan data serta meminimalkan kemungkinan terjadinya kesalahan dalam pengukuran. Dengan demikian, jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 responden, yakni pedagang aktif Pasar Cikurubuk Tasikmalaya. Adapun penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung dengan mengunjungi lokasi dagang responden guna menjamin validitas data serta memberikan asistensi langsung dalam pengisian poin-poin pernyataan yang tersedia.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian ini merupakan suatu pendekatan yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mengembangkan, dan menjelaskan Pengaruh *Positioning* Tabungan Simpedes terhadap Citra Merek Bank BRI pada Pedagang Pasar Cikurubuk Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode verifikatif dengan

pendekatan kuantitatif dengan judul "Pengaruh *Positioning* Tabungan Simpedes terhadap Citra Merek Bank BRI (Studi pada Pedagang Pasar Cikurubuk Tasikmalaya)". 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): Menurut Sugiyono (2019:69), variabel independent atau variabel bebas merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Dalam konteks penelitian ini, variabel independen adalah *Positioning* Tabungan Simpedes (X), yang dijabarkan ke dalam tiga dimensi meliputi atribut produk (*attributes*), manfaat yang ditawarkan (*benefits*), serta keyakinan dan nilai (*beliefs & values*).
2. Variabel Terikat (Dependen): Variabel ini juga dikenal sebagai variabel output, kriteria, atau konsekuen. Menurut Sugiyono (2019:69), variabel dependent atau variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam konteks penelitian ini, variabel terikat adalah Citra Merek Bank BRI (Y), yang diukur menggunakan tiga dimensi yaitu kekuatan (*strength*), kesukaan (*favorability*), dan keunikan (*uniqueness*).

Untuk melihat pengaruh *Positioning* Tabungan Simpedes terhadap Citra Merek Bank BRI dapat digambarkan pada bagan berikut:



Gambar 3.1 Model Penelitian

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara *Positioning* Tabungan Simpedes (variabel bebas) terhadap Citra Merek Bank BRI (variabel terikat) pada Pedagang Pasar Cikurubuk Tasikmalaya.

3.2.5 Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono 2015 dalam (Winda Prayekti, 2025) uji validitas yaitu keakuratan antara data yang diperoleh dengan data sebenarnya yang dihasilkan oleh objek yang diteliti. Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengukur sah atau tidak validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan/pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Kriteria penilaian uji validitas yang digunakan yaitu:

- 1) Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ pada signifikan 0,05 atau 5% maka pernyataan tersebut valid.

- 2) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada signifikan 0,05 atau 5% maka pernyataan tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah Cronbach's Alpha.

Menurut Putri & Mahmudah, 2020 dalam (Winda Prayekti, 2025), Uji reliabilitas adalah suatu proses evaluasi yang menggambarkan seberapa jauh suatu pengukuran dapat dilakukan tanpa adanya bias atau kesalahan, bertujuan untuk menilai sejauh mana konsistensi jawaban individu terhadap pernyataan-pernyataan dalam suatu kuesioner. jika jawaban dari responden atas pertanyaan tersebut konstan atau stabil dari waktu ke waktu maka kuesioner tersebut dikatakan reliabel. Uji Reliabilitas diukur dengan bantuan program SPSS yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach's Alpha (α). Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas menurut Ghazali 2018 dalam (Winda Prayekti, 2025) adalah:

- 1) Apabila Cronbach's Alpha $> 0,60$ atau 60% maka pernyataan tersebut reliabel.
- 2) Apabila Cronbach's Alpha $< 0,60$ atau 60% maka pernyataan tersebut tidak reliabel.

2. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel X dan variabel Y. Menurut Sugiyono, 2018 dalam (Susi Rahmawati, 2023) analisis Deskriptif, merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert.

Skala likert digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori pilihan jawaban dan kemudian dijumlahkan. Hasil rekapitulasi jawaban responden akan dihitung skor rata-ratanya untuk menghitung skor rata-rata menggunakan statistik non parametrik yaitu mean.

Setelah diketahui skor rata-rata maka hasil tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang akan

didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut:

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kriteria jawaban}}$$

Dimana:

- a. Nilai minimum : 1
- b. Nilai maksimum : 5
- c. Interval : $5 - 1 = 4$
- d. NJI (Nilai Jenjang Interval) : $\frac{5-1}{5} = 0,8$

Kategori Skala Analisis Deskriptif

No.	Range	Kategori
1	1,00-1,80	Sangat Tidak Baik
2	1,81-2,60	Tidak Baik
3	2,61-3,40	Kurang Baik
4	3,41-4,20	Baik
5	4,21-5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2021)

Gambar 3. 2 Kategori Skala Analisis Deskriptif

3. Uji Asumsi Klasik

Menurut (Muhamad Iqbal Faishal, 2025) uji analisis asumsi klasik sebagai prasyarat untuk melakukan uji analisis regresi linier sederhana. Adapun uji asumsi klasik adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2016), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah

model yang memiliki sebaran residual berdistribusi normal atau mendekati normal.

Untuk mendeteksi normalitas data dalam penelitian ini digunakan uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S). Namun, mengingat karakteristik instrumen kuesioner yang menggunakan skala Likert sering kali menghasilkan banyak kesamaan skor data (ties), hal ini dapat berpotensi menurunkan tingkat akurasi atau membiaskan hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov standar (Asymptotic Significance).

Guna mengatasi keterbatasan tersebut dan memastikan tingkat presisi yang tinggi, peneliti menerapkan metode pendekatan probabilitas Monte Carlo. Pendekatan Monte Carlo bekerja dengan cara melakukan simulasi penarikan sampel secara acak berulang-ulang dari data asli (dalam penelitian ini menggunakan 10.000 simulasi sampel / sampled tables) untuk menghasilkan nilai signifikansi mutlak (Exact Significance) yang jauh lebih akurat dan tidak bias oleh adanya ties pada data. Kriteria pengambilan keputusan mengenai normalitas adalah:

- 1) Jika tingkat signifikan probabilitas $> 0,05$ maka dapat diketahui bahwa data penelitian berdistribusi normal.
- 2) Jika tingkat signifikan probabilitas $< 0,05$ maka dapat diketahui bahwa data penelitian tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidakseragaman varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Apabila varians dari residual antar pengamatan bersifat tetap dan konsisten, maka kondisi tersebut dinamakan homoskedastisitas. Sebaliknya, apabila varians dari residual antar pengamatan menunjukkan perbedaan yang tidak konsisten, maka kondisi tersebut disebut sebagai heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah bebas dari masalah heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas. Kriteria pengambilan keputusan dari uji *Scatterplot* adalah sebagai berikut:

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

c. Uji Autokorelasi

Menurut Ghazali (2018:107) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi.

Dalam penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW). Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai DW berada di antara batas atas (du) dan $(4 - du)$, maka tidak terjadi autokorelasi.
- 2) Jika nilai $DW < dl$ atau $DW > (4 - dl)$, maka terjadi autokorelasi.
- 3) Jika nilai DW berada di antara dl dan du atau antara $(4 - du)$ dan $(4 - dl)$, maka tidak dapat disimpulkan (daerah abu-abu).

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji Regresi Linier Sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya. Pada analisis regresi suatu variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau independent variable, sedangkan variabel yang dipengaruhi disebut variabel terikat atau dependent variable. Analisis regresi linier sederhana terdapat persamaan regresi yaitu hanya satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Menurut (Muhamad Iqbal Faishal, 2025) Analisis regresi linier adalah salah satu alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan di masa yang akan datang dengan berdasarkan data masa lalu, atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen) adalah menggunakan regresi linier.

Sebelum melakukan analisis regresi linier sederhana, data perlu diubah dari ordinal menjadi data interval melalui *Method of Successive Interval* (MSI). Menurut Sedarmayant 2011 dalam (Rizki Noor Annisa &

Maulina, 2021) *methode of Successive Interval* adalah sebuah metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval. Pada penelitian ini, transformasi data ordinal ke interval dilakukan menggunakan Method of Successive Interval (MSI) dengan bantuan Microsoft Excel. Hasil transformasi selanjutnya digunakan sebagai dasar pengolahan data pada uji statistik parametrik, yaitu analisis regresi linear sederhana.

Persamaan Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana adalah metode statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (X) terhadap satu variabel terikat (Y) dengan membentuk suatu garis lurus (linear) sebagai model hubungan antar keduanya.

Rumus Persamaan Regresi Linear Sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

Y = Citra Merek Bank BRI (Variabel Terikat)

X = Positioning Tabungan Simpedes (Variabel Bebas)

a = Konstanta Regresi (nilai dari Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

5. Uji t (Uji Hipotesis)

Menurut Ghazali, (2018:98). Uji statistik t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen. Tujuannya adalah menentukan apakah setiap variabel bebas

memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

a. Hipotesis Operasional

Dalam penelitian ini, hipotesis statistik yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = 0 \rightarrow$ Positioning Tabungan Simpedes tidak berpengaruh signifikan terhadap Citra Merek Bank BRI.

$H_1 : \beta_1 \neq 0 \rightarrow$ Positioning Tabungan Simpedes berpengaruh signifikan terhadap Citra Merek Bank BRI.

b. Kriteria dan Pengujian

Pengujian dilakukan dengan bantuan software SPSS, dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali 2018 dalam (Susi Rahmawati, 2023) apabila koefisien determinasi (R^2) akan mendekati angka 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Sebaliknya jika koefisien determinasi

(R²) mendekati angka 0 maka dapat dikatakan lemah pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).

Nilai koefisien determinasi mempunyai interval nol sampai satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika $R^2 = 1$, berarti besarnya persentase sumbangan variabel X terhadap variasi (naik-turunnya) variabel Y secara bersama-sama adalah 100%.

Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi