

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah *Brand image* dan Minat Penggunaan aplikasi BYOND by BSI pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung. Penekanan penelitian dilakukan untuk melihat bagaimana persepsi terhadap identitas merek memengaruhi keinginan nasabah dalam mengadopsi *platform* digital terbaru milik BSI.

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Industri perbankan syariah di Indonesia mencatat sejarah penting dengan lahirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) sebagai bank syariah terbesar di Indonesia. Bank Syariah Indonesia resmi berdiri pada tanggal 1 Februari 2021 atau bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 Hijriah. Kehadiran BSI merupakan hasil dari kebijakan strategis pemerintah dalam memperkuat industri perbankan syariah nasional agar mampu bersaing secara berkelanjutan di tingkat nasional maupun global. Peresmian Bank Syariah Indonesia dilakukan secara langsung oleh Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo, di Istana Negara.

Bank Syariah Indonesia terbentuk melalui proses penggabungan (*merger*) tiga bank syariah milik negara, yaitu PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Proses merger tersebut secara resmi memperoleh izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tanggal 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Penggabungan ini dilakukan untuk menyatukan keunggulan masing-

masing bank, sehingga BSI memiliki kapasitas permodalan yang lebih kuat, layanan yang lebih lengkap, serta jangkauan operasional yang lebih luas.

Sebagai hasil dari merger tersebut, struktur kepemilikan saham Bank Syariah Indonesia didominasi oleh bank-bank Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yaitu PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dengan kepemilikan saham sebesar 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sebesar 24,85%, dan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebesar 17,25%, sedangkan sisanya dimiliki oleh pemegang saham lainnya dengan kepemilikan masing-masing di bawah 5%. Dukungan permodalan dan sinergi dari bank-bank BUMN tersebut menjadikan BSI sebagai bank syariah nasional yang memiliki fondasi keuangan yang kuat.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Bank Syariah Indonesia beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah dengan menyediakan berbagai produk dan layanan perbankan, baik penghimpunan dana, pembiayaan, maupun jasa perbankan lainnya. BSI hadir untuk melayani seluruh lapisan masyarakat, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta berperan aktif dalam mendukung pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia.

Keberadaan Bank Syariah Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai lembaga intermediasi keuangan, tetapi juga sebagai wujud ikhtiar dalam menghadirkan bank syariah kebanggaan umat yang modern, universal, dan profesional. Dengan dukungan pemerintah serta potensi pasar yang besar sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, BSI memiliki peluang yang sangat terbuka untuk terus berkembang dan menjadi salah satu bank syariah terkemuka di tingkat global, sekaligus berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi nasional dan peningkatan kesejahteraan masyarakat luas dengan berlandaskan prinsip rahmatan lil ‘alamin.

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

3.1.2.1 Visi

Top 5 Global Islamic Bank

3.1.2.2 Misi

Adapun misi perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk menganalisis besarnya kontribusi *Brand image* (citra merek) terhadap minat penggunaan aplikasi BYOND by BSI. Dalam pelaksanaannya, peneliti menerapkan metodologi penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung. Selanjutnya, data yang terkumpul akan diolah dan diuji secara statistik menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

3.2.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2022), metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta

analisis data bersifat statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Ditinjau dari tingkat eksplanasinya, penelitian ini termasuk dalam penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat serta mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh *Brand image* (X) terhadap minat penggunaan (Y) aplikasi BYOND by BSI pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan konsep teoretis ke dalam indikator-indikator yang dapat diukur. Berikut adalah tabel operasionalisasi variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Brand image (X) Persepsi dan keyakinan nasabah terhadap identitas BSI yang tercermin melalui	1. Citra Pembuat (<i>Corporate Image</i>)	1. BSI dipersepsikan sebagai bank yang amanah dan terpercaya. 2. BSI memiliki reputasi yang baik di masyarakat.	Ordinal

Variabel dan Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
asosiasi dalam memori mereka mengenai aplikasi BYOND. (Kotler & Keller, 2020)		3. BSI menunjukkan profesionalisme dalam layanan perbankan.	
	2. Citra Pengguna (<i>User Image</i>)	1. Pengguna BYOND dipersepsikan sebagai individu yang modern. 2. Pengguna BYOND dianggap melek teknologi (<i>tech-savvy</i>). 3. Pengguna BYOND mencerminkan gaya hidup praktis dan religius.	Ordinal
	3. Citra Produk (<i>Product Image</i>)	1. Aplikasi BYOND memberikan kemudahan dalam bertransaksi. 2. BYOND memiliki fitur yang lengkap dan inovatif.	Ordinal

Variabel dan Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
		3. BYOND memiliki sistem yang aman dan dapat dipercaya.	
Minat Penggunaan (Y) Tingkat keinginan atau niat nasabah untuk mengadopsi dan menggunakan aplikasi BYOND by BSI sebagai sarana transaksi. (Davis, 1989)	1. Minat Transaksional	1. Berniat bertransaksi menggunakan BYOND. 2. Memprioritaskan BYOND untuk pembayaran digital. 3. Akan terus menggunakan BYOND di masa mendatang.	Ordinal
	2. Minat Referensial	1. Bersedia merekomendasikan BYOND kepada kerabat. 2. Mengajak orang lain untuk mengunduh aplikasi BYOND. 3. Memberikan testimoni positif mengenai	Ordinal

Variabel dan Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
		pengalaman menggunakan BYOND.	
	3.Minat Preferensial	1. Memilih BYOND sebagai pilihan utama aplikasi perbankan. 2. Tetap menggunakan BYOND meskipun ada aplikasi bank lain. 3. Merasa BYOND adalah aplikasi terbaik di kelasnya.	Ordinal
	4. Minat Eksploratif	1. Ingin mencoba fitur-fitur baru yang ada di BYOND. 2. Mencari informasi pembaruan (<i>update</i>) aplikasi BYOND. 3. Mengeksplorasi layanan sosial dan spiritual di dalam BYOND.	Ordinal

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam rangka menjawab tujuan penelitian. Berdasarkan pemikiran Sugiyono (2022), proses pengumpulan data dapat dilaksanakan melalui beragam situasi, sumber, serta cara tertentu. Jika ditinjau dari asal datanya, pengumpulan informasi dapat dibedakan menjadi sumber primer dan sekunder. Sementara itu, jika dilihat dari metode pelaksanaannya, pengumpulan data dapat ditempuh melalui wawancara, kuesioner, observasi, maupun kombinasi dari metode-metode tersebut.

Dalam penelitian ini, prosedur pengumpulan data dilakukan melalui dua pendekatan utama, yaitu :

1. Observasi Langsung

Observasi langsung merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian di lokasi penelitian. Menurut Sugiyono (2022), observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan terhadap objek atau fenomena yang diteliti untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan di BSI KCP Masjid Agung Tasikmalaya dengan mengamati kondisi lingkungan pelayanan, aktivitas operasional, serta penggunaan layanan digital, khususnya aplikasi BYOND by BSI oleh nasabah. Observasi juga dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi objek penelitian yang berkaitan dengan *Brand Image* dan minat penggunaan aplikasi BYOND by BSI. Data hasil observasi digunakan sebagai informasi pendukung untuk memperkuat hasil penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan wawancara.

2. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan narasumber untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai objek penelitian. Menurut Sugiyono (2022), wawancara digunakan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih rinci mengenai responden maupun kondisi yang terjadi di lapangan.

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada pihak yang memahami penggunaan aplikasi BYOND by BSI, seperti pegawai Bank Syariah Indonesia maupun beberapa nasabah. Wawancara bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai persepsi terhadap *Brand Image* Bank Syariah Indonesia, strategi pengenalan aplikasi BYOND by BSI, serta faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan aplikasi tersebut. Data hasil wawancara digunakan untuk memperkuat serta melengkapi data kuantitatif yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kondisi dan pengalaman yang mereka rasakan. Menurut Sugiyono (2022), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efektif apabila peneliti telah mengetahui variabel yang akan diukur serta indikator yang akan digunakan.

Dalam penelitian ini, kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Kuesioner diberikan kepada 100 responden yang merupakan nasabah BSI KCP Masjid Agung Tasikmalaya. Instrumen

penelitian disusun berdasarkan indikator variabel *Brand Image* sebagai variabel independen dan Minat Penggunaan sebagai variabel dependen. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung maupun melalui media digital agar memudahkan responden dalam memberikan jawaban. Data yang diperoleh dari kuesioner selanjutnya dianalisis menggunakan teknik statistik untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* terhadap minat penggunaan aplikasi BYOND by BSI.

4. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari, menelaah, serta mengkaji berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Menurut Sugiyono (2022), studi kepustakaan bertujuan untuk memperoleh landasan teori, konsep, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan sehingga dapat mendukung penyusunan kerangka pemikiran dan pembahasan penelitian.

Dalam penelitian ini, studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan berbagai referensi berupa buku, jurnal ilmiah, artikel, skripsi, tesis, disertasi, laporan penelitian, serta dokumen resmi yang berkaitan dengan *Brand Image*, minat penggunaan, perilaku konsumen, digital banking, dan aplikasi BYOND by BSI. Selain itu, peneliti juga memanfaatkan informasi yang diperoleh dari publikasi resmi Bank Syariah Indonesia sebagai bahan pendukung dalam menganalisis hasil penelitian. Melalui studi kepustakaan, peneliti memperoleh dasar teoritis yang kuat sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka dan dapat dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Penggunaan data

kuantitatif bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antara variabel *Brand image* (X) dan minat penggunaan (Y) secara objektif berdasarkan jawaban responden.

Data dalam penelitian ini termasuk ke dalam data ordinal. Menurut Sugiyono (2022), data ordinal adalah data yang menunjukkan adanya tingkatan atau urutan, namun jarak antar kategori tidak dapat diukur secara pasti. Data ordinal dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan *Skala Likert*.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat responden terhadap pernyataan yang diberikan. Setiap pernyataan memiliki lima alternatif jawaban dengan bobot skor sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Ketentuan Skor *Skala Likert*

Simbol	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RG	Netral / Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2022)

3.2.4 Rumus Perhitungan Skor

Menurut Sugiyono (2022), *skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap suatu fenomena sosial. Dalam pengolahan data skala Likert, skor setiap jawaban responden dihitung dengan menjumlahkan hasil

perkalian antara frekuensi jawaban responden dengan bobot skor pada setiap kategori jawaban. Perhitungan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

Rumus skor total

$$Skor\ Total = \sum (F \times Skor)$$

Keterangan:

F = Frekuensi jawaban responden

Skor = Nilai bobot jawaban

Adapun sumber data yang digunakan peneliti mencakup dua jenis, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh peneliti secara langsung dari lokasi penelitian. Menurut Sugiyono (2022), data primer adalah sumber data yang diberikan secara langsung kepada pengumpul data tanpa melalui perantara. Data ini dikumpulkan secara mandiri melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung yang menjadi responden dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data sekunder berfungsi sebagai informasi pendukung yang telah tersedia sebelumnya untuk memperdalam landasan teori dan memperkuat hasil data primer. Sugiyono (2022) mendefinisikan data sekunder sebagai sumber yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, sumber data

sekunder diperoleh dari literatur buku metodologi penelitian, jurnal penelitian terdahulu mengenai perbankan digital, serta dokumen internal profil perusahaan BSI.

3.2.4.1 Kriteria Interpretasi Skor Jawaban Responden

Dalam mengukur dan menilai setiap indikator maupun variabel penelitian, diperlukan klasifikasi penilaian untuk mengetahui tingkat pencapaian skor yang diperoleh dari jawaban responden. Klasifikasi ini digunakan untuk memberikan interpretasi terhadap hasil perhitungan skor pada variabel Brand Image dan Minat Penggunaan Aplikasi BYOND by BSI.

Menurut Arikunto (2010), kriteria interpretasi persentase skor jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 3 Kriteria Persentase Skor Jawaban Responden Tiap Indikator dan Variabel

Persentase Skor	Kriteria
76% – 100%	Sangat Baik
56% – 75%	Baik
40% – 55%	Cukup Baik
< 40%	Kurang Baik

Sumber: Arikunto (2010:246)

Berdasarkan tabel tersebut, apabila hasil perhitungan memperoleh nilai antara 76% sampai dengan 100%, maka indikator atau variabel penelitian dikategorikan Sangat Baik. Apabila nilai yang diperoleh berada pada rentang 56% sampai dengan 75%, maka indikator atau variabel penelitian dikategorikan Baik.

Selanjutnya, apabila nilai yang diperoleh berada pada rentang 40% sampai dengan 55%, maka indikator atau variabel penelitian dikategorikan Cukup Baik. Sedangkan apabila nilai yang diperoleh kurang dari 40%, maka indikator atau variabel penelitian dikategorikan Kurang Baik.

Kriteria tersebut digunakan untuk menginterpretasikan hasil perhitungan skor pada variabel Brand Image dan Minat Penggunaan Aplikasi BYOND by BSI sehingga dapat diketahui tingkat penilaian responden terhadap masing-masing indikator maupun variabel yang diteliti.

3.2.4.2 Populasi Sasaran

Menurut Cooper dan Schindler (2003), populasi merupakan keseluruhan elemen yang menjadi sasaran generalisasi penelitian. Elemen populasi adalah unit analisis yang menjadi objek pengukuran dalam penelitian. Sugiyono (2022) juga menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung. Namun, karena jumlah nasabah secara keseluruhan cukup besar dan terus berkembang, maka peneliti membatasi populasi sasaran pada nasabah yang aktif menggunakan aplikasi BYOND by BSI.

Berdasarkan data internal Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung, jumlah pengguna aktif aplikasi BYOND adalah sebanyak 6.407 nasabah. Dengan demikian, populasi sasaran dalam penelitian ini berjumlah 6.407 nasabah pengguna aplikasi BYOND by BSI.

3.2.4.3 Penentuan Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan sebagai sumber data penelitian (Sugiyono, 2022). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tasikmalaya Masjid Agung yang berjumlah 42.181 nasabah. Penggunaan seluruh nasabah sebagai populasi bertujuan agar penelitian tidak hanya berfokus pada nasabah yang telah menggunakan aplikasi BYOND, tetapi juga mencakup nasabah yang belum menggunakan aplikasi tersebut, sehingga dapat dianalisis faktor-faktor yang memengaruhi rendahnya minat penggunaan.

Karena jumlah populasi yang relatif besar dan memiliki karakteristik yang beragam (heterogen), maka tidak seluruh populasi dijadikan responden. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik sampling untuk memperoleh data yang representatif.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Proportionate Stratified Random Sampling*. Teknik ini dipilih karena populasi penelitian memiliki perbedaan karakteristik yang jelas, khususnya dalam hal penggunaan layanan digital, yaitu kelompok nasabah pengguna aplikasi BYOND dan nasabah non-pengguna. Menurut Sugiyono (2022), *Proportionate Stratified Random Sampling* digunakan apabila populasi memiliki strata atau lapisan yang heterogen dan setiap strata diambil sampelnya secara proporsional sesuai dengan ukuran masing-masing kelompok. Dengan demikian, teknik ini dinilai tepat karena mampu menghasilkan sampel yang lebih representatif serta mencerminkan kondisi populasi secara lebih akurat.

Dalam penelitian ini, strata populasi dibagi menjadi:

1. Nasabah yang sudah menggunakan aplikasi BYOND by BSI
2. Nasabah yang belum atau tidak menggunakan aplikasi BYOND by BSI

Selanjutnya, jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10% (0,1). Penggunaan rumus Slovin didasarkan pada pertimbangan bahwa jumlah populasi diketahui secara pasti dan peneliti ingin menentukan ukuran sampel dengan tingkat ketelitian tertentu (Sugiyono, 2022).

1. Rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi

e = batas kesalahan (margin of error)

2. Perhitungan Sampel:

Diketahui:

N = 42.181

e = 10% (0,1)

$$n = \frac{42.181}{1 + 42.181(0,1)^2}$$

$$n = \frac{42.181}{1 + 42.181(0,01)}$$

$$n = \frac{42.181}{1 + 421,81}$$

$$n = \frac{42.181}{422,81}$$

$$n = 99,77$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 responden.

Agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian, maka ditetapkan kriteria responden sebagai berikut:

1. Nasabah aktif Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung
2. Memiliki rekening tabungan yang masih aktif
3. Berusia minimal 17 tahun (dianggap telah mampu mengambil keputusan sendiri)
4. Termasuk dalam kategori pengguna maupun non-pengguna aplikasi BYOND by BSI
5. Bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner penelitian

Penetapan kriteria ini bertujuan untuk memastikan bahwa responden yang dipilih benar-benar relevan dengan objek penelitian serta mampu memberikan informasi yang akurat terkait persepsi *Brand image* dan minat penggunaan aplikasi BYOND.

Dengan menggunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* serta kriteria responden yang jelas, diharapkan sampel yang diperoleh dapat mewakili kondisi populasi secara proporsional, sehingga hasil penelitian memiliki tingkat validitas dan generalisasi yang lebih baik.

3.2.5 Model Penelitian

Menurut Sugiyono (2022), model penelitian merupakan kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti, serta menunjukkan arah dan bentuk hubungan antar variabel tersebut.

Secara operasional, model penelitian berfungsi sebagai pedoman dalam menganalisis hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini, model digunakan untuk mengetahui pengaruh *Brand image* (X) terhadap Minat Penggunaan (Y) aplikasi BYOND by BSI pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya Masjid Agung.

Penelitian ini menggunakan model regresi linear sederhana, karena hanya melibatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen. Adapun hubungan antar variabel dapat digambarkan sebagai berikut:

Brand image (X) → Minat Penggunaan (Y)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y, digunakan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Minat Penggunaan

X = Brand image

a = Konstanta (nilai Y jika X = 0)

b = Koefisien regresi (besarnya pengaruh *Brand image* terhadap Minat Penggunaan)

Model ini digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *Brand image* terhadap minat penggunaan aplikasi BYOND by BSI. Apabila nilai koefisien regresi (b) bernilai positif dan signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa *Brand image* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan.

3.2.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan langkah yang dilakukan untuk mengolah data yang telah diperoleh agar dapat menjawab rumusan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, serta pengujian hipotesis.

1. Uji Instrumen

Sebelum data dianalisis lebih lanjut, dilakukan uji instrumen untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian benar-benar mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan konsisten. Menurut Sugiyono (2022), uji instrumen dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas suatu kuesioner.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana ketepatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Menurut Imam Ghozali (2020), uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan teknik Pearson Correlation, yaitu dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total..

Kriteria pengujian:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi 0,05 $\rightarrow$ valid
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel} \rightarrow$ tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi suatu instrumen dalam menghasilkan data. Instrumen yang reliabel akan memberikan hasil yang relatif sama jika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama. Menurut Imam Ghozali (2020), pengujian reliabilitas dapat dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha.

Kriteria pengujian:

- Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60 \rightarrow$ reliabel
- Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60 \rightarrow$ tidak reliabel

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum.

Menurut Sugiyono (2022), statistik deskriptif digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk tabel, grafik, nilai rata-rata (mean), minimum, maksimum, dan standar deviasi. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran jawaban responden terhadap variabel Brand Image (X) dan Minat Penggunaan (Y) aplikasi BYOND by BSI..

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi dasar sehingga hasil estimasi tidak biasa.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Menurut Imam Ghozali (2020), uji normalitas dapat dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov.

Kriteria:

- Jika nilai signifikansi $> 0,05 \rightarrow$ data normal
- Jika nilai signifikansi $< 0,05 \rightarrow$ data tidak normal

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual antar pengamatan. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Menurut Imam Ghozali (2020), uji ini dapat dilakukan dengan metode Glejser.

Kriteria:

- Jika nilai signifikansi $> 0,05 \rightarrow$ tidak terjadi heteroskedastisitas
- Jika nilai signifikansi $< 0,05 \rightarrow$ terjadi heteroskedastisitas

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Menurut Sugiyono (2022), persamaan regresi linier sederhana dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Minat Penggunaan)

X = Variabel independen (*Brand image*)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

5. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Menurut Imam Ghozali (2020), pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05.

a. Hipotesis Operasional:

- ($H_0: \beta = 0$): Tidak terdapat pengaruh signifikan antara *Brand Image* terhadap Minat Penggunaan aplikasi BYOND by BSI.

- ($H_1: \beta \neq 0$): Terdapat pengaruh signifikan antara *Brand Image* terhadap Minat Penggunaan aplikasi BYOND by BSI.

b. Kriteria Uji:

- Jika nilai ($Sig < 0,05$) atau ($t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0) ditolak dan H_1 diterima.
- Jika nilai ($Sig > 0,05$) atau ($t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0) diterima dan H_1 ditolak.

c. Simpulan Hipotesis:

Jika H_1 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa *Brand Image* memiliki pengaruh nyata terhadap Minat Penggunaan aplikasi BYOND by BSI pada nasabah KCP Tasikmalaya Masjid Agung.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Menurut Imam Ghozali (2020), nilai R^2 yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan variabel dependen.