

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek yang diteliti Adalah citra merek sebagai variabel independen (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y) pada nasabah pengguna produk TabunganKu di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Panumbangan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana citra merek yang dimiliki Bank BJB KCP Panumbangan serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian nasabah dalam memilih produk TabunganKu. Oleh karena itu, responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk TabunganKu pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan.

3.1.1 Sejarah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan

PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk merupakan lembaga keuangan yang dimiliki dan dikelola oleh pemerintah daerah Provinsi Jawa Barat dan Banten dengan kantor pusat yang berlokasi di Kota Bandung. Bank ini didirikan pada tanggal 20 Mei 1961 dan pada awalnya berbentuk Perseroan Terbatas (PT). Seiring dengan perkembangan organisasi serta regulasi yang berlaku, Bank BJB kemudian berkembang menjadi salah satu bank

pembangunan daerah yang berperan penting dalam mendukung perekonomian daerah.

Pendirian Bank BJB tidak terlepas dari kebijakan nasionalisasi perusahaan-perusahaan milik Belanda di Indonesia yang didasarkan pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 1960 tentang nasionalisasi perusahaan Belanda di Indonesia. Salah satu perusahaan Belanda yang dinasionalisasi pada saat itu adalah *De Eerste Nederlandsche Indische Shareholding N.V.*, yaitu sebuah bank hipotek yang berkedudukan di Bandung.

Berdasarkan kebijakan tersebut, Pemerintah Provinsi Jawa Barat kemudian mendirikan Perusahaan Daerah Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat melalui Akta Notaris Noezar Nomor 152 tanggal 21 Maret 1961 dan Nomor 184 tanggal 13 Mei 1961. Pendirian bank tersebut selanjutnya disahkan melalui Surat Keputusan Gubernur Jawa Barat Nomor 7/GKDH/BPD/61 pada tanggal 20 Mei 1961. Pada awal pendiriannya, bank ini memiliki modal dasar yang berasal dari kas daerah sebesar Rp2.500.000,00.

Untuk memperkuat dasar hukum operasionalnya, Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat kemudian menetapkan Peraturan Daerah Nomor 11/PD-DPRD/72 pada tanggal 27 Juni 1972 yang menetapkan Perusahaan Daerah Bank Karya Pembangunan Daerah Jawa Barat sebagai badan usaha daerah yang bergerak di bidang perbankan.

Seiring dengan perkembangan usaha dan peningkatan layanan kepada masyarakat, Bank BJB terus memperluas jaringan operasionalnya. Hingga tahun 2022, Bank BJB diperkirakan telah memiliki lebih dari 2.000 jaringan kantor

yang tersebar tidak hanya di wilayah Jawa Barat dan Banten, tetapi juga di berbagai daerah di Indonesia. Jaringan tersebut terdiri dari 1 Kantor Pusat, 5 Kantor Wilayah, 65 Kantor Cabang, 841 Kantor Cabang Pembantu (KCP), 6 Sentra UMKM, 18 Kantor Layanan atau Outlet BJB Prioritas, 12 Layanan Weekend Banking, 1.057 mesin ATM, serta 108 mesin Cash Recycling Machine (CRM).

3.1.2 Visi Misi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk

KCP Panumbangan

3.1.2.1 Visi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk

KCP Panumbangan

“Menjadi Bank Pilihan Utama Anda”

3.1.2.2 Misi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk

KCP Panumbangan

Untuk mewujudkan visi tersebut, PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan menetapkan misi sebagai berikut:

1. Memberikan kontribusi dan berpartisipasi sebagai penggerak dan pendorong laju perekonomian daerah.
2. Menjadi partner pemerintah daerah dalam pengelolaan keuangan.
3. Memberikan layanan terbaik kepada nasabah.
4. Memberikan manfaat terbaik dan berkelanjutan kepada *stakeholder*.
5. Meningkatkan inklusi keuangan kepada masyarakat melalui digitalisasi perbankan.

3.1.3 Kegiatan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan

Dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi keuangan, PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan melaksanakan berbagai kegiatan operasional untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat serta mendukung aktivitas perbankan, yang meliputi:

1. Layanan Dana (Funding)

Layanan dana merupakan kegiatan utama bank dalam menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan. Melalui layanan ini, Bank BJB menyediakan berbagai instrumen simpanan yang variatif untuk memfasilitasi nasabah dalam menyimpan serta mengelola likuiditas mereka secara aman dan produktif. Produk simpanan yang ditawarkan meliputi BJB Tandamata, BJB Deposito, BJB Giro, serta produk TabunganKu yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

2. Layanan Kredit (Lending)

Layanan kredit merupakan kegiatan bank dalam menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman atau pembiayaan. Penyaluran kredit ini bertujuan untuk membantu memenuhi kebutuhan pembiayaan nasabah, baik untuk keperluan konsumsi, usaha, maupun investasi. Dalam proses pemberian kredit, bank melakukan analisis terhadap kemampuan dan kelayakan nasabah untuk memastikan kelancaran pengembalian pinjaman.

3. Layanan Transaksi Operasional

Layanan transaksi operasional merupakan layanan yang disediakan bank untuk memfasilitasi berbagai aktivitas transaksi keuangan nasabah. Layanan ini mencakup kegiatan seperti penyetoran dan penarikan dana, transfer antar rekening, pembayaran tagihan, serta transaksi perbankan lainnya yang dilakukan melalui teller maupun layanan elektronik.

4. Kegiatan Operasional Pendukung

Kegiatan operasional pendukung merupakan aktivitas yang dilakukan untuk menunjang kelancaran kegiatan utama bank. Kegiatan ini meliputi administrasi perbankan, pelayanan nasabah, pengelolaan dokumen, serta kegiatan internal lainnya yang berperan dalam mendukung efektivitas operasional bank.

3.1.4 Produk PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk

KCP Panumbangan

Terdapat beberapa produk simpanan, pinjaman dan layanan di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan, yaitu:

a. Simpanan

1. BJB TabunganKu

Merupakan produk tabungan perorangan dengan persyaratan yang mudah dan ringan. Produk ini diterbitkan secara bersama oleh perbankan di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan fitur bebas biaya administrasi bulanan.

2. BJB Tandamata

Produk tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah perorangan maupun non-perorangan untuk mendukung kebutuhan transaksi keuangan sehari-hari dengan biaya yang relatif terjangkau.

3. BJB Tandamata Bisnis

Tabungan yang dirancang khusus untuk menunjang kebutuhan pelaku usaha, dilengkapi dengan fitur rincian transaksi yang lebih detail pada buku tabungan untuk memudahkan pencatatan bisnis.

4. BJB Tandamata Purnabakti

BJB Tandamata Purnabakti adalah tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah pensiunan. Tabungan ini digunakan sebagai rekening penerimaan pembayaran dana pensiun yang bersumber dari PT Taspen.

5. BJB Deposito

Simpanan berjangka dengan pilihan tenor yang fleksibel dan suku bunga kompetitif, diperuntukkan bagi nasabah yang ingin mengoptimalkan investasi dana mereka.

6. BJB Giro

BJB Giro adalah simpanan yang dapat digunakan oleh nasabah untuk keperluan transaksi, di mana penarikan dana dapat dilakukan setiap saat melalui cek atau bilyet giro sesuai ketentuan yang berlaku.

b. Pinjaman

1. BJB Kredit Guna Bhakti (KGB)

BJB Kredit Guna Bhakti adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada debitur berpenghasilan tetap. Kredit ini digunakan untuk keperluan multiguna dengan sumber pengembalian berasal dari gaji debitur, baik yang telah maupun belum disalurkan melalui Bank BJB.

2. BJB Kredit Purna Bhakti (KPB)

BJB Kredit Purna Bhakti merupakan fasilitas kredit yang ditujukan bagi pensiunan, baik pensiun sendiri maupun pensiun janda/duda. Pembayaran angsuran kredit bersumber dari dana pensiun bulanan yang diterima debitur dan digunakan untuk keperluan multiguna.

3. BJB Kredit Pra Purna Bhakti (KPPB)

BJB Kredit Pra Purna Bhakti adalah pembiayaan multiguna yang diberikan kepada pegawai aktif berpenghasilan tetap yang akan memasuki masa pensiun. Kredit ini ditujukan untuk membantu kebutuhan keuangan sebelum masa pensiun tiba (maksimal 5 tahun sebelum pension).

4. BJB Kredit Modal Kerja

BJB Kredit Modal Kerja merupakan pembiayaan yang diberikan untuk mendukung kebutuhan operasional usaha nasabah. Kredit ini memiliki jangka waktu dan suku bunga tertentu, dengan saldo kredit yang dapat berubah sesuai aktivitas usaha.

5. BJB Kredit Investasi

BJB Kredit Investasi adalah fasilitas pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan barang modal atau pengembangan usaha nasabah. Kredit ini umumnya bersifat jangka panjang dengan saldo kredit yang menurun seiring pembayaran angsuran

c. Layanan

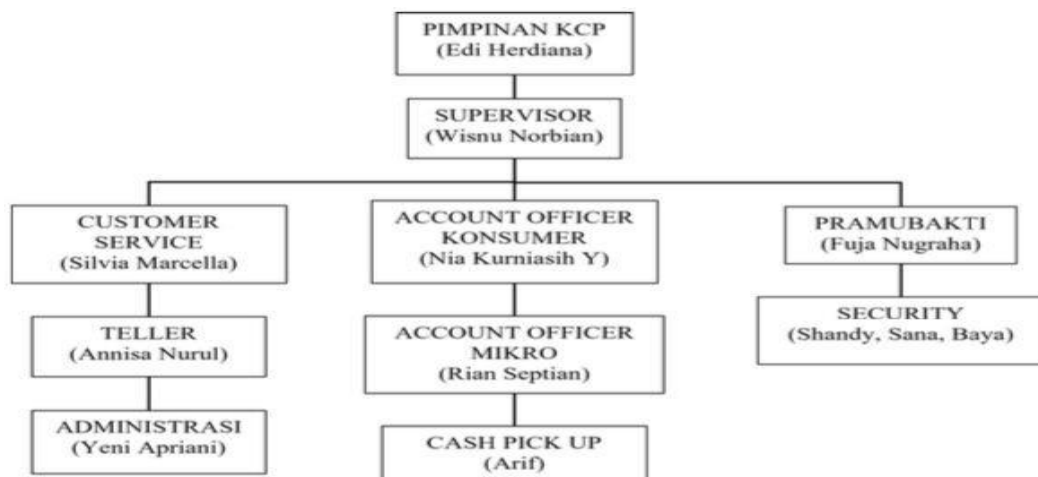
1. BJB E-Tax

BJB E-Tax merupakan layanan dalam BJB *Cash Management Service* yang digunakan untuk penerimaan setoran PBB-P2 dan pajak daerah lainnya, yang dapat digunakan oleh wajib pajak melalui jaringan kantor maupun layanan elektronik Bank BJB secara real time.

2. BJB DIGI (E-Banking)

Layanan perbankan elektronik yang mengintegrasikan BJB Mobile, BJB SMS, dan BJB NET, sehingga nasabah dapat melakukan transaksi perbankan seperti transfer, pembelian pulsa, hingga pembayaran tagihan melalui smartphone kapan saja dan di mana saja.

3.1.5 Struktur Organisasi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi

PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk KCP Panumbangan

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode verifikatif. Menurut Sugiyono (2018:8), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data bersifat statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan dan analisis statistik. Dalam penelitian ini, metode verifikatif bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek (brand image) sebagai variabel independen terhadap keputusan

pembelian sebagai variabel dependen pada nasabah produk TabunganKu di Bank bjb KCP Panumbangan.

Melalui pendekatan kuantitatif verifikatif, penelitian ini berupaya memperoleh bukti empiris mengenai hubungan dan besarnya pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian. Data yang diperoleh dari responden akan diolah dan dianalisis secara statistik sehingga dapat memberikan kesimpulan yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.2.2 Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Operasional Varibel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Citra Merek (X)	Kotler dan Keller (2022:145) mendefinisikan citra merek sebagai pandangan, keyakinan, serta kesan yang dimiliki konsumen terhadap suatu merek yang terbentuk melalui pengalaman, informasi, dan asosiasi yang tersimpan dalam ingatan mereka.	1. Kekuatan Asosiasi Merek a. Kemudahan nasabah dalam mengingat nama Bank b. Kemudahan nasabah dalam mengenali produk c. Tingkat pengetahuan nasabah mengenai layanan Bank d. Kemudahan nasabah dalam mengingat Bank saat membutuhkan layanan perbankan	Ordinal
		2. Keunggulan Asosiasi Merek a. Persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank b. Persepsi nasabah terhadap keamanan transaksi	Ordinal

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		c. Persepsi nasabah terhadap manfaat produk d. Tingkat kepercayaan nasabah terhadap Bank	
		3. Keunikan Asosiasi Merek a. Bank memiliki ciri khas disbanding bank lain b. Bank memiliki kedekatan dengan masyarakat daerah c. Produk memiliki keunikan dibanding produk lain d. Bank memberikan nilai lebih dibanding pesaing	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler dan Keller (2022:95) Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yang melibatkan proses dalam mengevaluasi, memilih, serta menentukan produk atau jasa yang akan digunakan	1. Kemantapan pada Sebuah Produk a. Tingkat keyakinan nasabah dalam memilih produk di Bank b. Kesesuaian produk dengan kebutuhan nasabah c. Keyakinan nasabah terhadap keamanan dana yang disimpan d. Keyakinan bahwa produk merupakan pilihan yang tepat dibandingkan alternatif lain	Ordinal
		2. Kebiasaan dalam Membeli Produk a. Frekuensi nasabah dalam menggunakan	Ordinal

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		layanan secara rutin b. Kebiasaan nasabah dalam melakukan transaksi di Bank c. Kecenderungan nasabah untuk terus menggunakan produk dalam aktivitas keuangan sehari-hari d. Produk menjadi pilihan utama dalam mengelola keuangan pribadi	
		3. Memberikan Rekomendasi a. Ketersediaan nasabah untuk merekomendasikan produk kepada orang lain b. Ketersediaan nasabah untuk menceritakan pengalaman positif kepada orang lain c. Dorongan nasabah untuk mengajak keluarga atau teman menggunakan produk d. Tingkat keyakinan nasabah dalam menyarankan Bank sebagai pilihan perbankan	Ordinal

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Agar dapat memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian, peneliti perlu menentukan teknik pengumpulan data yang tepat. Langkah ini menjadi dasar utama bagi peneliti dalam menghimpun informasi yang diperlukan untuk proses analisis selanjutnya. Menurut Sugiyono (2018:137) menjelaskan bahwa pengumpulan data dapat dilihat dari berbagai segi, yaitu berdasarkan setting, sumber data, dan teknik pengumpulan data. Berdasarkan sumber data, pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer merupakan sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan sumber sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung, misalnya melalui dokumen atau pihak lain. Sementara itu, berdasarkan tekniknya, pengumpulan data dapat dilakukan melalui wawancara, kuesioner (angket), observasi, maupun gabungan dari ketiganya.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara (Interview)

Menurut sugiyono (2018:138), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, serta apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam dengan jumlah responden yang relatif sedikit. Dalam pelaksanaannya, wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur.

2. Kuesioner (Angket)

Menurut sugiyono (2018:142), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pengukuran data kuesioner dapat dilakukan dengan pemberian skor yang dimana jawaban responden pada kuesioner diubah menjadi berbentuk angka atau disebut skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018:93). Bentuk instrument skala likert yaitu dengan pemberian skor, dimana memberikan skala dengan 5 poin. Skala 5 poin tersebut memiliki bobot skor dengan pernyataan positif dan negatif.

3. Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, yaitu suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sutrisno Hadi, 1986). Teknik ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian untuk memperoleh data yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Melalui observasi, peneliti dapat memahami kondisi lapangan secara lebih mendalam sehingga data yang diperoleh dapat mendukung hasil penelitian.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan jenisnya, data dalam penelitian ini dibedakan menjadi data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif merupakan data berupa angka yang dapat diukur dan dihitung, sedangkan data kualitatif berupa uraian

deskriptif. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif karena bertujuan untuk menguji hipotesis serta mengetahui pengaruh antar variabel, yaitu citra merek sebagai variabel independen (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y). Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan teknik statistik untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada nasabah produk TabunganKu di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Panumbangan.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2018:137), sumber primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden, sedangkan sumber sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah TabunganKu untuk mengetahui tanggapan mereka terkait citra merek dan keputusan pembelian. Adapun data sekunder diperoleh dari profil perusahaan, informasi produk, jumlah nasabah, serta referensi yang berasal dari buku, jurnal, dan penelitian terdahulu.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian. Untuk mengukur tanggapan responden, digunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2018:93), dengan menggunakan skala 5 poin, dimana setiap pernyataan diberikan skor 1 sampai 5 berdasarkan pilihan jawaban responden, baik untuk pernyataan positif maupun negatif.

Tabel 3. 2 Skala Likert

Jawaban Responden	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Netral	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2018:80), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh nasabah produk TabunganKu pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk (Bank BJB) Kantor Cabang Pembantu Panumbangan. Berdasarkan data yang diperoleh dari Bank BJB KCP Panumbangan, jumlah nasabah produk TabunganKu tercatat sebanyak 1.244 nasabah.

Pemilihan populasi tersebut didasarkan pada fokus penelitian yang mengkaji pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian. Nasabah TabunganKu dipilih sebagai subjek penelitian karena memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan produk TabunganKu, sehingga dinilai mampu memberikan informasi yang relevan mengenai citra merek Bank BJB dan keputusan mereka dalam memilih produk tersebut.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2018:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Secara umum, Teknik *sampling* dibagi menjadi dua kelompok, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling* (Sugiyono, 2018:81). Menurut Sugiyono (2018:82), *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sementara itu, menurut Sugiyono (2018:84), *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini, teknik *sampling* yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, dengan jenis *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena penentuan responden dilakukan berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2018:85), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah nasabah produk TabunganKu di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Panumbangan, yang memiliki karakteristik sesuai dengan fokus penelitian. Kriteria tersebut meliputi:

- a. Nasabah yang menggunakan produk TabunganKu di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Panumbangan.
- b. Nasabah yang telah melakukan pembukaan rekening atau menggunakan produk TabunganKu sehingga dapat memberikan tanggapan terkait citra merek dan keputusan pembelian
- c. Nasabah yang bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Dalam penelitian ini, penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Slovin*. Rumus tersebut digunakan untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diambil dari populasi penelitian. Adapun langkah-langkah dalam menentukan jumlah anggota sampel dari populasi dengan menggunakan rumus *Slovin* adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (10%)

Penggunaan tingkat kesalahan sebesar 10% dalam penelitian ini dipilih dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya penelitian, tanpa mengurangi tujuan utama penelitian untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada nasabah produk TabunganKu. Tingkat kesalahan sebesar 10% masih dapat digunakan dalam penelitian

kuantitatif karena dinilai mampu memberikan gambaran yang cukup representatif terhadap populasi yang diteliti.

Pemilihan tingkat kesalahan tersebut juga disesuaikan dengan jumlah populasi penelitian, yaitu sebanyak 1.244 nasabah produk TabunganKu pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Panumbangan. Dengan menggunakan tingkat kesalahan 10%, peneliti dapat memperoleh jumlah sampel yang representatif sehingga penelitian dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien tanpa harus melibatkan seluruh anggota populasi.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, yang dihitung sebagai berikut:

$$N = 1.244$$

$$E = 10 \%$$

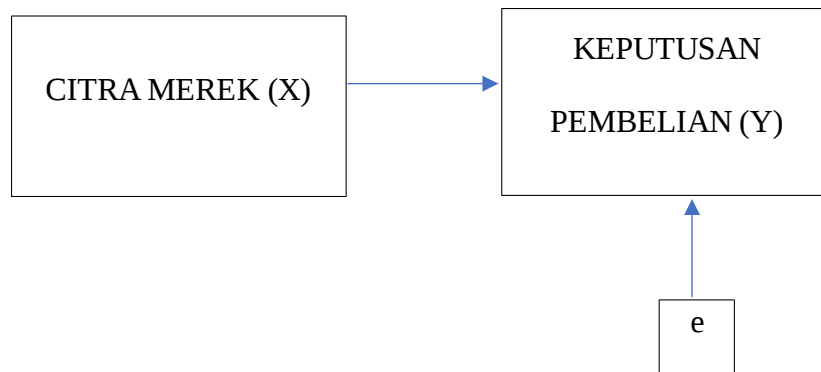
$$n = \frac{1.244}{1 + 1.244 (10\%)^2}$$

$$= 93$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 93 responden. Dengan melibatkan responden yang sesuai dengan karakteristik penelitian, diharapkan penelitian ini dapat memperoleh data yang relevan dan mampu menggambarkan kondisi umum mengenai pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada nasabah produk TabunganKu di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Panumbangan.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen, yaitu citra merek, dengan variabel dependen, yaitu keputusan pembelian pada nasabah produk TabunganKu di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Panumbangan. Adapun model penelitian yang digunakan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. 2 Model Penelitian

3.2.5 Teknik Analisis Data

3.2.5.1 Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2018:147) statistik deskriptif adalah 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. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data penelitian sebelum dilakukan analisis lebih lanjut.

Dalam penelitian ini, statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan tanggapan responden terhadap variabel citra merek dan keputusan pembelian. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner kemudian dianalisis menggunakan Nilai Jenjang Interval (NJI) untuk mengetahui kategori penilaian responden pada setiap variabel penelitian.

Nilai Jenjang Interval (NJI) merupakan metode yang digunakan untuk menentukan rentang nilai dalam setiap kategori penilaian pada skala Likert. Melalui NJI, peneliti dapat mengelompokkan hasil skor responden ke dalam kategori tertentu sehingga memudahkan dalam menginterpretasikan data secara lebih sistematis dan terstruktur. Adapun rumus Nilai Jenjang Interval (NJI) adalah sebagai berikut:

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

3.2.5.2 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu instrumen atau kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan yang terdapat di dalamnya mampu mengungkapkan sesuatu yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *Pearson Correlation*, di mana suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai

$r_{hitung} > r_{tabel}$ Pengujian dilakukan dengan bantuan program SPSS untuk memperoleh hasil perhitungan yang akurat.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran kuesioner apabila digunakan secara berulang. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan bantuan program SPSS, dan reliabilitas diukur menggunakan metode *Alpha Cronbach*, yang menilai konsistensi antar-item pada kuesioner. Nilai *Alpha Cronbach's* berkisar antara 0 hingga 1, dengan kriteria penafsiran 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

3.2.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi, khususnya pada bagian residual, memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018:161). Pengujian ini penting agar analisis statistik parametrik dapat digunakan dengan tepat. Pengujian normalitas dilakukan dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan program SPSS.

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varians residual bersifat tetap, maka kondisi tersebut disebut homoskedastisitas, sedangkan apabila varians residual berbeda-beda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas penting dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan layak dan menghasilkan data yang baik. Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode *Scatterplot*.

3.2.5.4 Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2018:261), regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh citra merek (X) terhadap keputusan pembelian (Y) pada nasabah produk TabunganKu di Bank BJB KCP Panumbangan. Adapun bentuk persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (keputusan pembelian)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi, menunjukkan besarnya peningkatan atau penurunan variabel dependen (Y) yang didasarkan pada variabel independen (X)

X = Variabel independen (citra merek)

3.2.5.5 Uji Hipotesis

Menurut Ghozali (2018:179), uji t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (5%).

a. Hipotesis Operasional

1. $H_0 : \beta = 0$

(Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian nasabah TabunganKu di Bank BJB KCP Panumbangan)

$$2. H_a : \beta \neq 0$$

(Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian nasabah TabunganKu di Bank BJB KCP Panumbangan)

b. Kriteria Pengujian

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Dasar Pengambilan Keputusan (Alternatif)

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima

3.2.5.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2018:97) koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai R^2 berada pada rentang antara 0 sampai dengan 1. Semakin kecil nilai R^2 , maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin terbatas. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 1, maka variabel independen mampu memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.