

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah Perusahaan

Sejarah berdirinya Bank BJB tidak terlepas dari kebijakan nasionalisasi perusahaan-perusahaan milik Belanda yang dilakukan oleh Pemerintah Republik Indonesia. Kebijakan tersebut tertuang dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 1960 tentang pengambilalihan perusahaan-perusahaan milik Belanda. Salah satu perusahaan yang kebijakan tersebut adalah De Eerste Nederlansche Indische Shareholding N.V., sebuah bank hipotek yang berkedudukan di Bandung

Sebagai tindak lanjut dari kebijakan nasionalisasi tersebut, Pemerintah Provinsi Jawa Barat mendirikan Perusahaan Daerah Bank Karya Pembangunan Daerah Jawa Barat. Pendirian bank ini diperkuat melalui beberapa akta notaris yang dibuat pada periode Maret hingga Mei 1961, serta dikukuhkan secara resmi melalui Surat Keputusan Gubernur Jawa Barat Nomor 7/GKDH/BPD/61 tanggal 20 Mei 1961. Tanggal tersebut kemudian ditetapkan sebagai tonggak awal berdirinya Bank BJB.

Perjalanan Bank BJB terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Pada tahun 1972, status hukum Bank Karya Pembangunan diperjelas melalui Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 11/PD-DPRD/72. Selanjutnya, pada tahun 1978, nama bank ini resmi berubah menjadi Bank Pembangunan Daerah Jawa

Barat, seiring dengan meningkatnya peran dan kepercayaan masyarakat terhadap bank daerah tersebut.

Seiring pertumbuhan dan perkembangan aktivitas perbankan, pada tahun 1992 Bank BJB memperoleh status sebagai bank umum devisa berdasarkan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia. Dengan status tersebut, Bank BJB memiliki kewenangan untuk melayani transaksi keuangan dalam skala internasional. Perubahan penting lainnya terjadi pada tahun 1999, ketika bentuk badan hukum Bank BJB bertransformasi dari Perusahaan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT). Perubahan ini bertujuan untuk memperkuat struktur kelembagaan, meningkatkan profesionalisme, serta mendukung tata kelola perusahaan yang lebih baik.

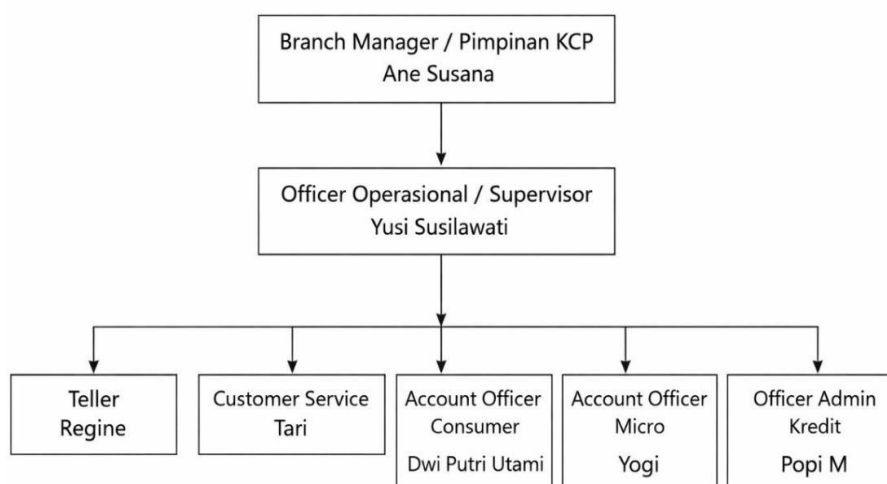
Memasuki era 2000-an, Bank BJB mulai mengembangkan layanan perbankan syariah. Pada tanggal 12 April 2000, Bank BJB memperoleh izin dari Bank Indonesia untuk menerapkan sistem layanan ganda, yaitu perbankan konvensional dan syariah. Perkembangan layanan syariah tersebut terus berlanjut hingga pada 30 April 2010 resmi dilakukan pemisahan (spin-off) menjadi entitas tersendiri dengan nama Bank Jabar Banten Syariah (BJBS).

Tahun 2010 menjadi momentum penting dalam perjalanan Bank BJB. Pada tahun tersebut, Bank BJB mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI), sehingga menjadi bank pembangunan daerah pertama di Indonesia yang melantai di pasar modal. Langkah ini mencerminkan komitmen Bank BJB dalam meningkatkan transparansi, profesionalisme, serta memperluas kepemilikan saham kepada publik.

Selanjutnya, pada tanggal 2 Agustus 2010, Bank Jabar Banten secara resmi memperkenalkan identitas baru dengan nama bank bjb, disertai dengan logo dan citra perusahaan yang lebih modern. Transformasi identitas ini mencerminkan semangat Bank BJB untuk semakin dekat dengan masyarakat serta menjadi lembaga keuangan yang inovatif, adaptif, dan kompetitif di tengah persaingan industri perbankan nasional.

Saat ini, kepemilikan saham Bank BJB dimiliki oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat, Pemerintah Provinsi Banten, pemerintah kabupaten/kota di kedua provinsi tersebut, serta masyarakat luas melalui kepemilikan publik di pasar modal. Dengan sejarah panjang yang dimilikinya, Bank BJB terus menunjukkan komitmen dalam mendukung pembangunan daerah serta memberikan layanan keuangan yang modern, terpercaya, dan berdaya saing tinggi

3.1.2 Struktur Organisasi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk (Bank BJB) KCP Rajapolah



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk (Bank BJB) KCP Rajapolah

Sumber: Data internal Bank bjb KCP Rajapolah (diolah Penulis, 2026)

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan verifikatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan melalui pengumpulan data berupa angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik (Sugiyono, 2019).

Pendekatan verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis mengenai pengaruh variabel independen yaitu *brand image* terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah dalam menggunakan produk Kredit Guna Bhakti pada Bank bjb KCP Rajapolah. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan nasabah, kemudian diolah dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antar variabel secara objektif dan terukur, sehingga diharapkan dapat menghasilkan temuan yang akurat sesuai dengan tujuan penelitian.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut (Sugiyono, 2019) operasionalisasi variabel merupakan proses penentuan sifat atau nilai dari suatu objek, individu, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu untuk dipelajari dan dianalisis, sehingga dapat diperoleh informasi yang selanjutnya digunakan dalam penarikan kesimpulan.

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan terdiri dari variabel independen dan variabel dependen, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen dilambangkan dengan huruf (X), yaitu *brand image*. Variabel ini berkaitan dengan persepsi, kesan, dan keyakinan masyarakat terhadap Bank bjb yang dapat memengaruhi keputusan mereka untuk menjadi nasabah.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel ini menunjukkan hasil atau akibat dari adanya pengaruh variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen dilambangkan dengan huruf (Y), yaitu keputusan menjadi nasabah. Variabel ini menggambarkan tindakan atau keputusan seseorang dalam memilih dan menggunakan layanan perbankan pada Bank bjb KCP Rajapolah.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
1	2	3	4	5	6
1	<i>Brand image</i> (X)	<i>Brand image</i> adalah persepsi yang terbentuk di benak konsumen terhadap suatu merek berdasarkan pengalaman, informasi, dan reputasi yang dimiliki (Keller & Swaminathan, 2020: 239)	<i>Strength</i> (Kekuatan)	a. Bank bjb mudah dikenali oleh masyarakat. b. Produk Kredit Guna Bhakti mudah diingat oleh nasabah. c. Informasi mengenai produk mudah dipahami oleh nasabah.	Ordinal

			<i>Favorability</i> (Kesukaan)	a. Produk Kredit Guna Bhakti sesuai dengan kebutuhan nasabah. b. Nasabah merasa aman menggunakan produk Bank bjb. c. Nasabah merasa puas terhadap pelayanan Bank bjb	Ordinal
			<i>Uniqueness</i> (Keunikan)	a. Bank bjb memiliki ciri khas dibandingkan bank lain. b. Produk Kredit Guna Bhakti memiliki keunggulan dibandingkan produk sejenis. c. Bank bjb memiliki kedekatan dengan masyarakat.	Ordinal
2	Keputusan Nasabah (Y)	Keputusan menjadi nasabah adalah proses pemilihan yang dilakukan individu dalam menggunakan produk perbankan setelah melalui tahapan pertimbangan tertentu (Kotler et al., 2019)	Kemantapan pada Sebuah Produk	a. Nasabah merasa yakin untuk menggunakan produk Kredit Guna Bhakti. b. Nasabah memahami manfaat dan kegunaan produk Kredit Guna Bhakti. c. Informasi mengenai produk mudah dipahami oleh nasabah. d. Produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan nasabah	Ordinal
			Kebiasaan dalam Membeli Produk	a. Nasabah terbiasa menggunakan layanan Bank bjb. b. Bank bjb menjadi pilihan utama dalam penggunaan produk perbankan. c. Nasabah merasa nyaman menggunakan produk Bank bjb.	Ordinal

				d. Nasabah memiliki kepercayaan terhadap layanan Bank bjb.	
			Memberikan Rekomendasi kepada Orang Lain	a. Nasabah bersedia merekomendasikan produk Kredit Guna Bhakti kepada orang lain. b. Nasabah memberikan informasi positif mengenai Bank bjb kepada orang lain. c. Nasabah mendorong keluarga atau kerabat untuk menggunakan produk Bank bjb. d. Nasabah merasa produk Bank bjb layak untuk direkomendasikan.	Ordinal
			Melakukan Pembelian Ulang	a. Nasabah memiliki keinginan untuk kembali menggunakan produk Bank bjb. b. Nasabah tetap memilih Bank bjb untuk kebutuhan finansial di masa mendatang. c. Nasabah tertarik menggunakan produk lain yang ditawarkan Bank bjb. d. Nasabah memiliki loyalitas terhadap produk dan layanan Bank bjb.	Ordinal

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut (Sugiyono, 2019) merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah dengan menggunakan sumber data primer. Adapun teknik yang digunakan adalah sebagai berikut:

a) Observasi

Menurut (Muhammad et al., 2024) Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian untuk memperoleh informasi yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Melalui observasi, peneliti dapat melihat kondisi nyata di lapangan, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih akurat dan faktual.

Observasi dilakukan dengan menggunakan pancaindra, seperti penglihatan dan pendengaran, untuk mengamati aktivitas, kejadian, maupun kondisi tertentu yang berkaitan dengan objek penelitian. Hasil observasi dapat berupa gambaran mengenai situasi, proses pelayanan, maupun interaksi yang terjadi dalam lingkungan penelitian.

Meskipun penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, observasi tetap digunakan sebagai teknik pendukung untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi di lapangan, khususnya terkait layanan dan aktivitas pada Bank bjb KCP Rajapolah. Dengan demikian, observasi membantu peneliti dalam memahami konteks penelitian serta memperkuat data yang diperoleh melalui kuesioner

b) Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2016: 137) Wawancara merupakan salah satu

teknik pengumpulan data yang digunakan apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi permasalahan yang akan diteliti, serta untuk memperoleh informasi secara lebih mendalam dari responden yang jumlahnya relatif terbatas. Teknik ini didasarkan pada data yang bersumber dari pernyataan diri responden (*self-report*), maupun dari pengetahuan dan keyakinan yang dimiliki oleh responden itu sendiri.

Dalam pelaksanaannya, wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur. Selain itu, wawancara juga dapat dilakukan secara langsung melalui tatap muka (*face to face*) maupun secara tidak langsung dengan memanfaatkan media komunikasi seperti telepon.

c) Kuisisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kondisi dan persepsi yang dimiliki. Teknik ini dinilai efektif apabila peneliti telah mengetahui secara jelas variabel yang akan diukur serta informasi yang diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner sangat sesuai digunakan dalam penelitian dengan jumlah responden yang relatif banyak dan tersebar di berbagai lokasi. (Sugiyono, 2016: 155).

Kuesioner dapat disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup maupun terbuka, tergantung pada kebutuhan penelitian. Dalam praktiknya,

penyebaran kuesioner saat ini tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi juga dapat dilakukan secara daring (online) melalui media digital seperti Google Form atau platform survei lainnya, sehingga memudahkan peneliti dalam menjangkau responden secara lebih luas dan efisien.

d) Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menelaah berbagai sumber pustaka seperti buku, jurnal, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat landasan teori, mempertajam metodologi, serta memperoleh informasi mengenai penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya. (Aziza et al., 2024: 29)

Melalui studi kepustakaan, peneliti dapat menyusun kerangka teori yang komprehensif sebagai dasar dalam memecahkan permasalahan penelitian. Proses ini melibatkan penalaran deduktif, yaitu menguraikan teori-teori umum menjadi konsep yang lebih spesifik, serta penalaran induktif, yaitu menyusun generalisasi berdasarkan hasil penelitian terdahulu hingga dapat dirumuskan hipotesis penelitian.

Dengan demikian, studi kepustakaan dalam penelitian ini digunakan sebagai dasar dalam menyusun landasan teori, kerangka pemikiran, serta hipotesis yang berkaitan dengan variabel *brand image* dan keputusan nasabah.

3.2.1.1 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut (Habsy et al., 2019) data kuantitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk angka dan dapat diukur serta dianalisis menggunakan teknik statistik. Data ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel secara objektif berdasarkan hasil pengukuran yang diperoleh dari responden.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder, yaitu sebagai berikut:

a) Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama atau responden penelitian. Data ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank bjb KCP Rajapolah dengan menggunakan media seperti Google Form. Data yang diperoleh berupa jawaban responden terhadap pernyataan yang berkaitan dengan variabel *brand image* dan keputusan menjadi nasabah.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah tersedia sebelumnya. Data ini digunakan sebagai pendukung dan pelengkap data primer. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, serta dokumen lain yang relevan dengan topik

penelitian.

Tabel 3. 2 Skala Pengukuran

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

Sumber: (Sugiyono, 2020)

3.2.1.2 Populasi Sasaran

Menurut (Enny Radjab, 2017) Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah nasabah Bank bjb Kantor Cabang Pembantu (KCP) Rajapolah yang menggunakan produk Kredit Guna Bhakti dalam kurun waktu lima tahun terakhir yaitu sebanyak 850 nasabah. Pemilihan periode tersebut didasarkan pada pertimbangan agar data yang digunakan lebih relevan dan mencerminkan kondisi terkini, mengingat persepsi masyarakat terhadap *brand image* dapat berubah seiring waktu.

3.2.1.3 Penentuan Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi (Sugiyono, 2019). Karena jumlah populasi dalam penelitian ini cukup besar dan tidak memungkinkan untuk diteliti secara keseluruhan, maka diperlukan teknik penentuan sampel agar penelitian tetap dapat dilakukan secara efektif dan efisien.

Dalam penelitian ini, jumlah populasi telah diketahui yaitu sebanyak 850 nasabah pengguna Kredit Guna Bhakti di Bank bjb KCP Rajapolah pada periode tahun 2021 sampai dengan Januari 2026. Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel

dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin.

Adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel yang akan ditentukan

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan (error tolerance)

Dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10% (0,1), maka perhitungan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ n &= \frac{850}{1 + 850(0,1)^2} \\ n &= \frac{850}{1 + 850(0,01)} \\ n &= \frac{850}{1 + 8,5} \\ n &= \frac{850}{9,5} = 89,5 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel yang diperoleh adalah sebanyak 90 responden. Untuk mempermudah pelaksanaan penelitian serta meningkatkan keakuratan data, jumlah sampel kemudian ditetapkan menjadi 90 responden.

3.2.1.4 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan metode yang digunakan untuk menentukan sampel dari suatu populasi sehingga jumlah sampel yang diperoleh dapat mewakili

karakteristik populasi secara tepat.

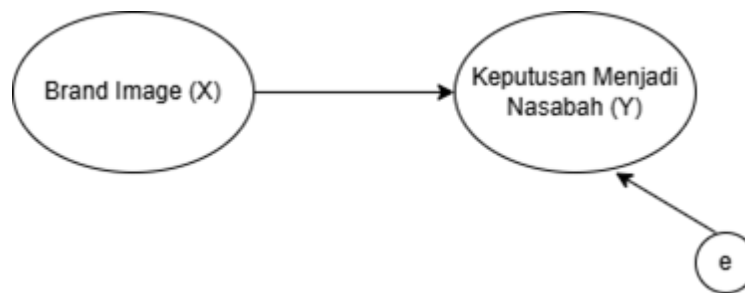
Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2019), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Teknik ini digunakan agar sampel yang diperoleh benar-benar relevan dan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan terkait variabel yang diteliti. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah yaitu nasabah Bank bjb KCP Rajapolah dan nasabah yang menggunakan produk Kredit Guna Bhakti

Pemilihan teknik *purposive sampling* dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa tidak seluruh anggota populasi memiliki karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Oleh karena itu, diperlukan kriteria tertentu agar data yang diperoleh lebih akurat, relevan, dan mampu menggambarkan kondisi yang sebenarnya di lapangan.

3.2.2 Model Penelitian

Model penelitian disusun untuk menggambarkan arah hubungan antarvariabel yang diteliti serta mempermudah pemahaman mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu *brand image* sebagai variabel independen (X) dan keputusan menjadi nasabah sebagai variabel dependen (Y). Model penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk Kredit Guna Bhakti pada Bank bjb KCP Rajapolah.



Gambar 3. 2 Model Penelitian

Model tersebut menunjukkan bahwa *brand image* diduga memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk Kredit Guna Bhakti. Semakin positif citra merek yang dimiliki oleh Bank bjb, maka semakin tinggi pula kecenderungan nasabah untuk memilih dan menggunakan produk yang ditawarkan.

3.2.3 Teknik Analisis Data

3.2.3.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan tahap awal dalam pengolahan data penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data yang telah dikumpulkan. Melalui analisis ini, peneliti dapat memahami kondisi data secara menyeluruh sebelum melakukan analisis lanjutan, seperti uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis. Statistik deskriptif berperan dalam menyajikan data ke dalam bentuk yang lebih sederhana dan mudah dipahami, sehingga dapat menunjukkan kecenderungan, penyebaran, serta pola distribusi data penelitian.

Menurut Ghozali (2018), statistik deskriptif memberikan gambaran mengenai distribusi data melalui ukuran pemusatan seperti *mean* (rata-rata), median (nilai tengah), dan modus (nilai yang paling sering muncul). Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan persepsi responden terhadap

variabel *brand image* serta keputusan menjadi nasabah pada produk Kredit Guna Bhakti di Bank bjb KCP Rajapolah.

Data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, kemudian setiap jawaban dihitung frekuensinya, dijumlahkan, dan selanjutnya dihitung nilai rata-rata (*mean*) untuk masing-masing indikator variabel. Nilai rata-rata tersebut digunakan untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan.

Selanjutnya, nilai rata-rata yang diperoleh akan diinterpretasikan menggunakan garis kontinum untuk mengetahui kategori penilaian responden, apakah termasuk sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, atau sangat tinggi. Penentuan kategori tersebut didasarkan pada Nilai Jenjang Interval (NJI) yang dihitung untuk menentukan rentang skala penilaian, sehingga hasil analisis dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi variabel *brand image* dan keputusan menjadi nasabah dalam penelitian ini. yang dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

3.2.3.2 Uji Kualitas Data

a) Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2017: 125) uji validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur

apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner).

b) Uji Reliabilitas

Menurut ((Sugiyono, 2017: 130) Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula. Pengukuran reabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *IBM SPSS Statistics 20 for window's* yakni dengan uji *Cronboach Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronboach Alpha* rhitung $> 0,6$.

Kriteria pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,60$, maka instrumen dinyatakan reliabel.
- 2) Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$, maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

Dengan demikian, uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan dalam kuesioner memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur variabel *brand image* dan keputusan menjadi nasabah, sehingga data yang diperoleh dapat dipercaya dan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

3.2.3.3 Metode of Succative Interval (MSI)

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, sehingga data yang dihasilkan masih bersifat ordinal.

Oleh karena itu, sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, data ordinal tersebut perlu ditransformasikan menjadi data interval. Menurut Iba dan Wardhana. (2024:343), transformasi data ordinal ke interval merupakan proses mengubah skala data dari skala ordinal menjadi skala interval agar data dapat digunakan dalam analisis statistik yang mensyaratkan data berskala interval.

Transformasi data ordinal ke interval penting dilakukan karena dapat meningkatkan ketepatan analisis statistik, memungkinkan perbandingan data yang lebih akurat, memperluas penggunaan berbagai teknik analisis, meningkatkan pemahaman terhadap karakteristik data, serta mempermudah peneliti dalam mengeksplorasi hubungan antarvariabel secara lebih mendalam. Dalam penelitian ini, transformasi data ordinal ke interval dilakukan dengan menggunakan Metode Successive Interval (MSI) dengan bantuan program Microsoft Excel.

3.2.3.4 Uji Asumsi Klasik

Uji ini digunakan untuk melihat ada atau tidaknya penyimpangan asumsi model klasik dengan beberapa pengujian yaitu:

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini umumnya digunakan pada data yang berskala ordinal, interval, maupun rasio. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikansi sebesar 0,05.

Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sedangkan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig) > 0,05, maka data berdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikansi (Sig) < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami heteroskedastisitas, atau disebut dengan homoskedastisitas, yaitu ketika varians residual bersifat konstan. Sebaliknya, apabila varians residual berbeda-beda, maka kondisi tersebut disebut heteroskedastisitas

3.2.3.5 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank bjb KCP Rajapolah.

Model regresi linier sederhana dinyatakan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Keputusan menjadi nasabah

X = *Brand image*

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

3.2.3.6 Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji statistik T. Uji statistik t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji apakah *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank bjb KCP Rajapolah.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai t hitung $> t$ tabel atau nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Jika nilai t hitung $\leq t$ tabel atau nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.2.3.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dalam suatu model regresi. Nilai R^2 menunjukkan proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand image* terhadap keputusan menjadi nasabah.