



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



PENGARUH PROMOSI, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT NASABAH UNTUK MENGGUNAKAN PRODUK BRIMO PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA, Tbk.

Disusun Oleh :
INES HIBATUL NAJIBAH
2004421025
**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
2024**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



PENGARUH PROMOSI, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT NASABAH UNTUK MENGGUNAKAN PRODUK BRIMO PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA, Tbk.

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Disusun Oleh :

**INES HIBATUL NAJIBAH
2004421025**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM SARJANA TERAPAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
2024**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Bukan duplikasi karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika karya ilmiah.

Nama : Ines Hibatul Najibah
NIM : 2004421025
Tanda Tangan :



Tanggal : 24 Juli 2024

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



LEMBAR PENGESAHAN


Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ines Hibatul Najibah
NIM : 2004421025
Program Studi : D4 – Keuangan dan Perbankan
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk BRImo Pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Keuangan dan perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Novitasari, S.Pd, M.Ak ()


Anggota Penguji : Agus Supriyadi, S.E., M.M ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 24 Juli 2024

Ketua Jurusan Akuntansi




Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M.
NIP 196404151990032002

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Ines Hibatul Najibah
Nomor Induk Mahasiswa : 2004421025
Jurusan/ Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Promosi, *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk BRImo Pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk.

Disetujui Oleh:
Pembimbing

Agus Supriyadi, S.E., M.M
NIP.196108181990031016

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**
Ketua Program Studi
D4 Keuangan dan Perbankan

Heri Abrianto, S.E., M.M.
NIP.196510051997021001

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi terapan yang berjudul “ Pengaruh Promosi, *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk BRImo Pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk.”

Dalam penyusunan skripsi terapan ini tidak lepas dari adanya bimbingan, dukungan dan partisipasi berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih dan rasa hormat kepada semua pihak yang telah membantu.

1. Alm ayah tercinta, Syahbani yang semasa hidup hingga saat ini selalu menjadi motivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu tersayang, Endang K yang telah memberikan dukungan, doa, kasih sayang serta material dan moral selama pelaksanaan penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E, M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
4. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
5. Bapak Heri Abrianto, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan.
6. Bapak Agus Supriyadi, S.E. M,M. Selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengerahkan penulis dalam penyusunan Skripsi Terapan ini.
7. Rifqi Hibatur Rohman, selaku kakak kandung yang telah *support* secara materil dan memberikan dukungan secara penuh atas proses penulisan skripsi ini ditengah kesibukannya.
8. Irmaniar Chaniago selaku sahabat sejati yang selalu mendengarkan keluh kesah serta memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi.
9. Rekan - rekan wangi’s yaitu Caca, Chindy, Mirva, Agoy, dan Alloi selaku teman seperjuangan selama masa kuliah dari awal hingga akhir semester yang selalu memberikan motivasi dan semangat untuk lulus.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

10. Kepada orang terkasih ASF, yang telah kebersamai penulis pada hari-hari yang tidak mudah dalam pengerjaan skripsi, serta selalu memberikan motivasi, dukungan, menghibur dan mengingatkan untuk tetap semangat dalam penyusunan skripsi ini.
11. Seluruh rekan seperbimbingan yaitu Caca dan Siti yang senantiasa membantu, dan mendengarkan segala keluh kesah selama proses pengerjaan skripsi.
12. Seluruh teman-teman prodi BKT'20 Kelas A yang selalu kebersamai semasa perkuliahan dari awal semester hingga berakhirnya penulisan skripsi ini.
13. Seluruh pihak yang selalu memberikan semangat dan motivasi yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi terapan iini masih belum tersusun dengan sempurna. Oleh karena itu, penulis secara terbuka menerima kritik dan saran dari pembaca untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, besar harapan penulis pada skripsi ini semoga bermanfaat bagi semua pihak.

Depok, 24 Juli 2024

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Ines Hibatul Najibah



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ines Hibatul Najibah
NIM : 2004421025
Program Studi : D4 – Keuangan dan Perbankan
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi Terapan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Promosi, *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk BRImo Pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk.

Dengan hak bebas royalti non-eksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : 24 Juli 2024

Yang Menyatakan

Ines Hibatul Najibah



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Ines Hibatul Najibah
Keuangan dan Perbankan Terapan

Pengaruh Promosi, *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Brimo Pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Promosi, *Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap Minat nasabah untuk menggunakan produk BRImo pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang di wilayah Jabodetabek dengan kriteria sudah melakukan transaksi lebih dari 3 kali. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis regresi berganda dengan menggunakan perangkat SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial promosi, *brand image*, dan kualitas produk memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk BRImo. Secara simultan variabel promosi, *brand image*, dan kualitas produk dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ yang artinya berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk BRImo. Hasil temuan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh pihak terkait sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan BRImo.

Kata Kunci : Promosi, Brand Image , Kualitas Produk, Minat Menggunakan Produk BRImo



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Ines Hibatul Najibah
Keuangan dan Perbankan Terapan

The Influence of Promotion, Brand Image, and Quality Product on Customer Interests for using BRImo Product at PT Bank Rakyat Indonesia Tbk.

ABSTRACT

The research was conducted the aim knowing influence of Promotion, Brand image and Quality product of Customer's interest in using BRImo Product at PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. For collecting data, this study obtained by questionnaire amounted 100 respondents at Jabodetabek area who are use BRImo specifically more than three transaction. This study uses a quantitative approach. Using a multiple regression analysis method with SPSS 26.0. Based on the results of this study showed that partially promotion, brand image and quality product have a significant value was obtained $< 0,05$ which mean all variabel has a positive and significant effect on customer's interest for using BRImo product. And based on the results simultaneous test, it showed promotion, brand image dan quality product with significance value $< 0,05$, it means all variabel has a significant effect on customer's interest for using BRImo Product. The results of these findings are expected to be useful for all parties concerned as an consideration for increasing customer's interest for using BRImo.

Keyword: Promotion, Brand Image, Quality Product, Interest or Using



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pemasaran dan Promosi	13
2.1.2 Brand <i>Image</i>	17
2.1.3 Kualitas Produk.....	18
2.1.4 Minat Menggunakan	20
2.1.5 BRImo	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran dan pengembangan Hipotesis.....	29
2.3.1 Kerangka Pemikiran.....	29



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.3.2	Pengembangan Hipotesis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		31
3.1	Jenis Penelitian	31
3.2	Objek Penelitian	31
3.3	Metode Pengambilan Sampel.....	31
3.4	Jenis dan Sumber Data Penelitian	32
3.5	Metode Pengumpulan Data Penelitian	33
3.6	Operasional Variabel	34
3.7	Metode Analisis Data	36
3.7.1	Uji Coba Instrumen.....	36
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	37
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.7.4	Uji Hipotesis	39
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	40
4.2	Karakteristik Responden	41
4.3	Gambaran Distribusi Item.....	44
4.4	Uji Instrumen	48
4.5	Uji Asumsi Klasik	50
4.6	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.7	Uji Hipotesis.....	54
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	57
BAB V PENUTUP.....		61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....		64
LAMPIRAN.....		69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2014-2024	1
Gambar 1. 2 Persentase Top Brand Award M-Banking 2023	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teori.....	13
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4. 1 Logo Bank Rakyat Indonesia	40
Gambar 4. 2 Responden berdasarkan Jenis Kelamin	41
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Usia.....	42
Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Gambar 4. 5 Responden Berdasarkan Domisili	43
Gambar 4. 6 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	43
Gambar 4. 7 Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan	44
Gambar 4. 8 Grafik Scatterplot	52

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 2 Pendapatan Provisi & komisi lainnya PT BRI 2020-2023.....	5
Tabel 1. 3 Jumlah pengguna & volume transaksi BRIImo.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3. 1 Skor Skala Likert.....	33
Tabel 3. 2 Operasional variabel.....	34
Tabel 4. 1 Kriteria Skor atas tanggapan responden.....	45
Tabel 4. 2 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap variabel Promosi.....	45
Tabel 4. 3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand image	46
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap kualitas produk	47
Tabel 4.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Menggunakan	47
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reabilitas	50
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4. 10 Hasil Uji Glejser.....	53
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji – T (Parsial)	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan).....	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	57

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 3. Hasil Uji Instrumen	89
Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik	93
Lampiran 5. Uji Regresi Linear Berganda	94
Lampiran 6. Uji Hipotesis.....	95
Lampiran 7. Lembar Bimbingan.....	96



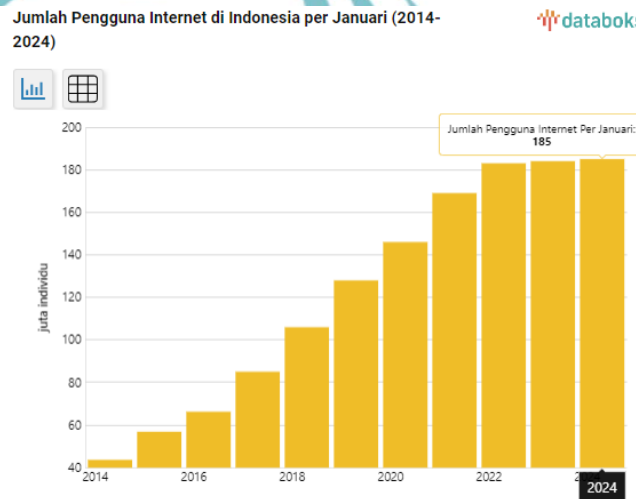
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini dunia industri mulai mengalami perkembangan yang sangat pesat. Tren utama yang mempengaruhi dalam dunia industri adalah masifnya penggunaan internet, memudahkan masyarakat dalam mengakses berbagai informasi, berkomunikasi, dan bertransaksi dengan menggunakan perangkat *mobile*.



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2014-2024

Sumber: (Kadata.co.id, 2024)

Pertumbuhan teknologi beriringan dengan bertambahnya jumlah pengguna internet. Tercatat pada Januari tahun 2024 jumlah pengguna internet telah mencapai 185 juta orang atau setara dengan 66,5% dari total populasi di Indonesia sebesar 278,7 Juta per Januari 2024 (Kadata.co.id., 2024) Orang Indonesia menggunakan internet selama 7 jam 42 menit dalam sehari, dan 93% dari pengguna internet Indonesia menggunakan telepon genggam (Kadata.co.id, 2023). Dengan kecanggihan teknologi yang ada saat ini turut serta membawa industri perbankan mulai memaksimalkan penggunaan digitalisasi pada seluruh aspek operasionalnya. Bank dapat menjalankan Fungsi utamanya sebagai tempat menghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkan dalam bentuk kredit akan sangat mudah untuk diterima oleh masyarakat luas.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Perbankan mulai beradaptasi dengan meluncurkan Mobile banking (*m-Banking*). *M-banking* hadir dengan tujuan mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan melalui satu genggaman tangan dimana pun dan kapan pun. Namun hadirnya kemudahan bertransaksi melalui kemajuan teknologi tak dapat dipungkiri industri perbankan juga harus menghadapi persaingan ketat dengan perseoran lain, dalam arti lain perusahaan harus menguasai dan memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan membuatnya merasa puas akan performa yang diberikan. Banyaknya pilihan dan meningkatnya jumlah produk yang ditawarkan oleh perseroan lain menjadi pengaruh terhadap kepercayaan dan kebijaksanaan nasabah dalam memilih setiap layanan yang disediakan oleh pangsa pasar. Langkah tepat yang dapat dilakukan perbankan untuk berkompetisi adalah dengan meningkatkan jumlah nasabah baru dan mempertahankan kesetiaan nasabah dengan cara melakukan strategi pemasaran berupa promosi. Perbankan dapat melakukan pemasaran secara masif dengan memanfaatkan kemajuan teknologi melalui branding produk, promosi dan rancangan produk yang diharapkan dapat mempercepat laju perpindahan barang dan jasa kepada pelanggan.

Salah satu cara yang dilakukan BRI dalam mempromosikan BRImo antara lain dengan cara hadir di *Car Free Day* dengan menawarkan promo “ BRImo kan Car Free Day Rp.1 bisa membeli air mineral dan isotonic water. Kehadiran BRI di acara CFD merupakan sebuah upaya untuk memperkenalkan BRImo kepada masyarakat, promo diskon membayar menggunakan QRIS BRImo, memberikan *cashback* dan menjadi sponsor utama pada Liga 1 bola selama 3 tahun berturut-turut dilakukan untuk mengenalkan BRImo kepada masyarakat dengan menawarkan berbagai benefit yang menarik bagi nasabah.

Namun kemajuan teknologi juga dapat menimbulkan kekhawatiran bagi pelanggan dalam memutuskan untuk menggunakan suatu produk. Salah satunya kasus *sniffing* yang terjadi pada industri perbankan. *Sniffing* termasuk dari kejahatan *cyber crime* dengan menyebarluaskan program berbahaya melalui link



yang merugikan korban dengan tujuan mencuri data nasabah melalui jaringan internet (Zulfa et al., 2023).

Menurut Kotler Keller dalam (Budhi et al., 2022) *Brand image* merupakan persepsi dan kesan pelanggan yang dideskripsikan melalui gambaran yang muncul pada ingatan pelanggan. *Brand image* yang melekat dalam ingatan nasabah akan mempengaruhi pada keputusan nasabah dalam pembelian suatu produk, *brand image* yang dipersiapkan secara matang dapat menambah nilai jual suatu produk. Secara pemikiran pelanggan lebih mempercayai bahwa merek yang sudah *go public* dapat memberikan jaminan kualitas. Sedangkan secara emosional, merek dapat meningkatkan dan mempertahankan citra dan kewibawaan suatu produk. Dapat disimpulkan bahwa *Brand image* yang buruk dapat menghancurkan reputasi perusahaan, dan menimbulkan isu-isu negatif yang tersebar *word to mouth* yang akan merugikan perusahaan, maka sangat penting untuk menjaga *brand image* guna mempertahankan kepercayaan dan loyalitas terhadap suatu produk dan jasa.

Untuk mempertahankan integritas, BRI menindaklanjuti dengan tegas para pelaku yang merugikan BRI dengan prinsip *zero tolerance* terhadap tindakan *fraud* dan menjunjung tinggi nilai *Good Corporate Governance (GCG)* hal tersebut disampaikan oleh Pimpinan cabang BRI kantor cabang BSD, selain itu BRI turut serta menghadirkan program yang dapat mempererat hubungan kepada masyarakat dengan tujuan mempengaruhi persepsi nasabah, diantaranya melalui program desa BRILian yang digunakan untuk memajukan perekonomian di sebuah desa dengan memberikan pelatihan online gratis dan mendapat pendampingan secara langsung bagi desa yang terpilih. Serta memberikan berbagai hadiah berupa undian bagi nasabah BRI yang beruntung berdasarkan dengan BRI poin yang terkumpul dari setiap transaksi penggunaan BRImo.

Selain melalui promosi dan mempertahankan *brand image*, kualitas produk juga penting untuk meyakinkan pelanggan terhadap keputusan menggunakan, sebab merasa terjamin akan produk yang ditawarkan (Kurniawati et al., 2014). Sangat besar peranan kualitas produk yang diberikan akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan suatu produk yang ditawarkan. Bank dalam hal ini

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

harus mengembangkan standar kualitas produk sesuai dengan perspektif yang diinginkan oleh nasabah. Kualitas Produk yang dihadirkan pada BRImo dapat dilihat dari fitur-fitur tersedia yang diklaim dapat memberikan kemudahan bagi para penggunanya dalam bertransaksi, mulai dari fitur *transfer*, *top up e wallet*, fitur tagihan berupa pendidikan, PDAM, Asuransi, Listrik, Pajak daerah, BPJS, Cicilan, Kartu kredit, KAI, SNPMB, PBB, QRIS dan investasi yang dapat diakses *non stop* 24 jam.

Sebuah produk yang memiliki *brand image* dan kualitas produk yang baik akan lebih mudah untuk di ingat oleh pelanggan meskipun banyak merek lain yang menawarkan layanan dan produk yang serupa. Menurut Tjiptono:2008 dalam (Kurniawati et al., 2014) perspektif konsumen diyakini mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam menentukan kepuasan dan kualitas produk. Terciptanya kepuasan pelanggan membawa dampak yang baik bagi perusahaan, diantaranya terjalin hubungan baik perusahaan dengan pelanggan, memperkuat minat dan perspektif pelanggan untuk memutuskan menggunakan suatu produk, menambah daya jual yang menguntungkan bagi perusahaan. Minat adalah keinginan seseorang dalam melakukan sesuatu atas dorongan yang muncul dari dalam jiwa seseorang disebabkan suatu ketertarikan dan tanpa ada paksaan dari pihak lain (Wardah, 2024). Menurut Kotler dan Amstrong dalam (Pradana et al., 2018) indikator keputusan pembelian antara lain sebagai berikut:

1. Keyakinan konsumen untuk membeli setelah mengetahui informasi produk.
2. Konsumen memutuskan untuk membeli sebab merupakan merek yang disukai.
3. Konsumen melakukan pembelian sebab sesuai dengan kebutuhan.
4. Konsumen melakukan pembelian atas rekomendasi pihak lain.

Bagi Bank Rakyat Indonesia (BRI) *M-Banking* menjadi sebuah alat yang sangat penting dalam memberikan layanan perbankan sesuai dengan fungsi utama bank menurut UU No.10 Tahun 1998. Melalui promosi, *brand image* dan kualitas produk yang ditawarkan oleh BRI diharapkan mampu menarik minat nasabah untuk menggunakan BRImo.



Tabel 1. 1 Pendapatan Provisi & komisi lainnya PT BRI 2020-2023

Tahun	Jumlah Provisi & Komisi Lainnya	Persentase Pertumbuhan
2020	Rp 16.180.935,00	4,25%
2021	Rp 17.062.124,00	5,45%
2022	Rp 18.749.964,00	10,16%
2023	Rp 20.737.913,00	10,34%

Sumber : (Annual Report BRI Tahun 2019 - 2023)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa PT BRI terus menerus meningkatkan kualitas layanan internet banking dan *mobile banking* terbukti pada 3 tahun terakhir menunjukkan bahwa terjadi peningkatan yang signifikan terhadap *fee based income* BRI dimana di dominasi oleh meningkatnya volume transaksi BRImo dan *e-channel*.

Tabel 1. 2 Jumlah pengguna & volume transaksi BRImo 2019 - 2023

Tahun	Jumlah Pengguna BRImo	Jumlah Transaksi BRImo
2019	2,96 Juta orang	34.365 Miliar
2020	9,05 Juta orang	238.466 Miliar
2021	14,15 Juta orang	869.100 Miliar
2022	23,85 Juta orang	1.825,4 Miliar
2023	31,6 Juta orang	3.009,8 Miliar

Sumber : (Annual Report BRI Tahun 2019-2023)

Tabel 1.2 memperlihatkan bahwa terjadi pertumbuhan yang sangat pesat dalam jumlah pengguna dan volume transaksi BRImo selama 4 tahun terakhir. Hal tersebut menunjukkan bahwa peluncuran aplikasi BRImo sangat berpengaruh terhadap efisiensi BRI dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya. Terlihat tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 66,05% atau setara dengan 9,05 Juta orang pengguna BRImo, dengan volume transaksi sebesar 238.446 Miliar. Diikuti tahun tahun selanjutnya hingga terjadi pertumbuhan yang sangat besar di tahun 2023 yaitu pertumbuhan jumlah pengguna mencapai 32,6% sebanyak 31,6 juta orang pengguna

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dengan volume transaksi BRIImo sebesar 3.009,8 miliar atau meningkat sebesar 69,2%.

Meskipun BRIImo baru diluncurkan pada Tahun 2019 namun berdasarkan (Kadata.co.id,2022) BRIImo termasuk salah satu mobile banking terpopuler di Indonesia tahun 2022 dengan persentase pengguna 19,4%, menempati posisi kedua setelah M-BCA sebesar 47,4%, kemudian diikuti oleh *Livin by Mandiri* (M-banking Mandiri) 12,9%, BNI Mobile 11,2%, dan CIMB Niaga Mobile 3,8%. Penilaian ini dibuat berdasarkan survei terhadap 8.500 responden yang tersebar di 15 kota besar di Indonesia. BRIImo mendapat respon yang cukup baik di masyarakat hal ini ditandai dengan peningkatan *user* BRIImo di setiap tahunnya dan masuk ke dalam kategori *Top Brand Award 2023*.

Nama Brand	2020	2021	2022	2023
m-BCA	45.50	47.50	47.40	47.90
BRIImo	-	17.00	19.40	19.80
Livin by Mandiri	-	-	-	-
BNI Mobile	11.30	14.00	11.20	11.30
CIMB Niaga Mobile	4.00	4.10	3.80	4.20

Sumber: Top Brand Award (www.topbrand-award.com)

Gambar 1. 2 Persentase Top Brand Award M-Banking 2023
Sumber: (Top Brand Award , 2023)

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa data yang diperoleh dari *Top Brand Award M-Banking* tahun 2023. Tercatat bahwa BRIImo pada tahun 2021 menjadi *top brand m-banking* urutan kedua setelah M-BCA dengan persentase 17%, di tahun 2021, kemudian di tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar 2,40 % dengan persentase 19,40 %, dan di tahun 2023 mengalami peningkatan sebesar 0,4% dengan persentase 19,80 %.

Meskipun menempati posisi kedua yang tercatat pada Top Brand Award 2023 dan menjadi urutan pertama pada himpunan bank milik negara BRIImo masih dihadapkan dengan beberapa tantangan dalam pelaksanaan layanan digital. Terlihat dari nasabah pengguna BRIImo yang mengungkapkan beberapa keluhan terkait



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

permasalahan yang dialami melalui ulasan pada *Appstore* dan *playstore* mengeluhkan terkait sistem yang dinilai sering *error*, saldo yang sudah terpotong namun belum masuk ke rekening tujuan, tidak bisa login akun, respon *customer service* yang lama, dan tidak berhasil untuk verifikasi wajah di aplikasi Brimo. Sedangkan dari segi *brand image*, BRI pernah mengalami kebocoran data nasabah pada anak perusahaan BRI yaitu BRI life sebanyak 2 juta nasabah seharga RP.101 juta rupiah yang akan membahayakan nasabah sebab rentan untuk dijadikan penyalahgunaan identitas dan penipuan bagi para pelaku kejahatan, kasus pencucian uang yang dilakukan oleh *teller BRI sebanyak Rp. 2,3 Miliar* yang digunakan oleh suami tersangka untuk berjudi bola dan pembobolan rekening nasabah yang dilakukan oleh karyawan BRI yang menjabat sebagai *Priority Banking Officer* senilai 8,53 miliar turut serta mewarnai kejahatan yang melibatkan bank BRI sebagai objek kejahatan *cyber crime*.

Jika promosi, *brand image* dan kualitas produk mendapat sambutan kurang baik dari nasabah maka hal ini sangat berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan suatu produk. Untuk meyakinkan asumsi tersebut maka penelitian ini perlu untuk dilakukan tujuannya untuk mengukur dan membuktikan seberapa besar pengaruh promosi, *brand image* dan kualitas produk pada minat nasabah untuk menggunakan produk BRImo sehingga dapat memaksimalkan dalam meraih profitabilitas BRI.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Italia & Islamuddin, 2021) menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, hal ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Azizah et al., 2022) promosi secara simultan berpengaruh pada keputusan nasabah untuk menggunakan layanan bsi mobile. Sedangkan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Firmansyah, 2021) promosi secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh (Ashilah & Nawawi, 2024) menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Purnomo & Irmawati, 2024) yang mengemukakan citra merek berpengaruh positif signifikan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

terhadap loyalitas konsumen. Namun hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu et al., 2023) yang menyatakan bahwa literasi digital dan *brand image* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z pada bank syariah.

Terdapat penelitian yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen (Italia & Islamuddin, 2021). Hasil penelitian lain juga menjelaskan bahwa harga, *design* produk, kualitas produk dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Murdapa, 2020). Di dukung pula dengan penelitian yang dilakukan oleh (Chaerudin & Syafarudin, 2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk dan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah untuk menggunakan produk. Hal tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian (Nadiya & Wahyuningsih, 2020) yang membuktikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan pemaparan fenomena dan gap penelitian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ **Pengaruh Promosi, *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Untuk menggunakan Produk BRImo Pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk**”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, perbankan mulai berinovasi dan memaksimalkan penggunaan digital pada semua aspek kegiatan operasionalnya untuk memenuhi ekspektasi nasabah dalam menggunakan layanan *m-banking*. Hal tersebut dilakukan oleh BRI dengan memberikan layanan BRImo yang mendukung kemudahan nasabah dalam bertransaksi kapanpun dan dimanapun, sehingga mampu berkompetisi dengan industri perbankan lainnya. Adapun promosi yang dilakukan oleh BRI terhadap BRImo dengan memberikan banyak benefit bagi nasabah mulai dari pemberian diskon, hadiah dan promo menarik lainnya. *Brand image* yang diciptakan sedemikian baik dalam membangun persepsi nasabah akan produk BRI khususnya pada aplikasi BRImo. Serta penyediaan fitur pendukung lainnya yang



diharapkan mampu memenuhi semua yang dibutuhkan nasabah. Namun jika ditinjau dari segi kualitas produk, layanan BRImo masih perlu perbaikan karena masih terdapat nasabah yang menyampaikan keluhan, frekuensi keluhan tersebut akan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan BRImo. Terjadinya kasus kebocoran data, hingga pembobolan rekening nasabah yang dialami oleh BRI.

Hal tersebut tidak sejalan dengan terjadinya peningkatan pendapatan operasional BRI yang signifikan di tiap tahunnya mulai dari tahun 2020-2023 atas penghasilan *fee based income* yang didominasi oleh *e channel dan e banking dalam hal ini BRImo*, serta menjadi urutan kedua aplikasi mobile banking terpopuler tahun 2022 dan menduduki kategori Top Brand Award 2023. Selain itu pada *BRI Sustainability report tahun 2023* menyatakan bahwa BRI dengan bisnis hybrid bank mampu memberikan solusi keuangan yang terjangkau dan mudah diakses bagi seluruh lapisan masyarakat dengan memperluas akses produk dan layanan melalui unit kerja BRI, digital banking, dan pelayanan yang mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Jika masih terdapat kesenjangan yang dirasakan oleh nasabah dalam menggunakan layanan BRImo tentunya hal ini mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan BRImo. Selain itu terjadi inkonsistensi pada hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Italia & Islamuddin, 2021) menyatakan bahwa promosi, *brand image* dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen namun pada penelitian yang dilaksanakan oleh (Firmansyah, 2021) promosi secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, menurut (Rahayu et al., 2023) *brand image* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan, dan hasil penelitian menurut (Nadiya & Wahyuningsih, 2020) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Oleh karena itu berdasarkan fenomena dan gap penelitian yang terjadi perlu untuk mengetahui apa saja aspek yang menjadi pengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk BRImo. Apakah dari faktor promosi, brand image atau kualitas produk yang dilakukan oleh BRI terhadap aplikasi BRImo.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, berikut pertanyaan untuk penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk BRImo Pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk ?
2. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap minat nasabah untuk menggunakan Produk BRImo Pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat nasabah untuk menggunakan Produk BRImo Pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk ?
4. Bagaimana promosi, *brand image*, dan kualitas produk tersebut berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk BRImo ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh promosi terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk BRImo pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk.
2. Menganalisis pengaruh *brand image* terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk BRImo pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk.
3. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk BRImo pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk.
4. Menguji promosi, *brand image* dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk BRImo pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan mampu memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis bagi pihak lain.

1. Manfaat Teoritis

Dapat memberikan manfaat dan referensi bagi mahasiswa yang ingin mengembangkan pengetahuan khususnya untuk mengetahui sejauh mana

pengaruh promosi, *brand image* dan kualitas produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk BRImo dan dijadikan bahan pertimbangan pada penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan BRI dalam mengembangkan produk BRImo. Melalui pemahaman terkait faktor yang mempengaruhi terhadap minat nasabah BRI serta dapat meningkatkan kualitas layanan dan produk pada kegiatan operasionalnya melalui aspek promosi, *brand image* dan kualitas produk.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah dalam penulisan, peneliti membagi sistematika penulisan menjadi beberapa bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas mengenai latar belakang penelitian yang dilakukan, rumusan masalah penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan membahas mengenai landasan teori terkait dengan variabel penelitian yang dilakukan, membahas tentang penelitian terdahulu sesuai dengan topik penelitian yang dilakukan, serta memuat kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini memuat tentang jenis penelitian apa yang digunakan, objek penelitian, metode pengambilan sampel, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai hasil temuan penelitian berdasarkan analisis data variabel promosi, *brand image* dan kualitas produk dan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

minat pengguna berdasarkan dengan uji statistika yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisikan kesimpulan atas hasil penelitian dan saran yang berhubungan dengan penelitian ini dan membawa manfaat bagi pihak lain.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terkait Pengaruh Promosi, *Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan BRImo dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan BRImo, sehingga H1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan BRI dalam memajukan BRImo sudah dilakukan dengan baik, seperti promosi yang dilakukan melalui pemberian edukasi dengan sarana iklan digital, brosur, dan penjelasan dari staff BRI hingga menjadi sponsor pada beberapa acara, dan memberikan pemberian discount, hadiah, dll, akan berpengaruh terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan BRImo.
2. *Brand Image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan BRImo, sehingga H2 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa Brand Image yang dilakukan BRI dalam memajukan BRImo sudah mampu memenuhi standar persepsi nasabah. Membangun dan mempertahankan Brand image melalui salah satu program desa BRILian yang digunakan untuk memajukan perekonomian di sebuah desa dengan memberikan pelatihan online gratis dan mendapat pendampingan secara langsung bagi desa yang terpilih. Apabila *brand image* yang baik melekat dalam ingatan nasabah maka akan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan BRImo karena nasabah merasa yakin atas produk yang ditawarkan.
3. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan BRImo, sehingga H3 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa membangun kualitas produk yang baik BRI terus melakukan *upgrade* fitur yang diklaim dapat memberikan kemudahan bagi para

penggunanya seperti *top up e-wallet*, fitur tagihan berupa pendidikan, PDAM, Asuransi, Listrik, Pajak daerah, BPJS, Cicilan, Kartu kredit, QRIS dan investasi yang dapat diakses *non stop* 24 jam. Kualitas Produk yang baik dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah hingga mencapai tingkat kepuasan maka akan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan BRImo.

4. Promosi, *Brand Image*, dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan BRImo. Maka H4 dinyatakan diterima. Adapun besaran dari pengaruh ketiga variabel independen (promosi, *brand image* dan kualitas produk) terhadap minat nasabah untuk menggunakan BRImo berdasarkan uji Koefisien Determinasi (R^2) yaitu sebesar 64,2% , dan sisanya sebesar 35,8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan diatas, maka beberapa saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut:

1. Bagi PT Bank Rakyat Indonesia Tbk

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas pengguna aplikasi BRImo adalah mahasiswa / pelajar, kemudian disusul oleh pegawai swasta. Maka dari itu Bank Rakyat Indonesia diharapkan mampu terus berinovasi dengan menghadirkan beberapa kemudahan baik dari segi fitur, pemberian promosi yang sesuai dengan kondisi yang sedang *hype* saat ini, serta mengevaluasi terkait *review* pengalaman yang diberikan nasabah sebagai acuan untuk meningkatkan dan mempertahankan Brand image dalam ingatan nasabah. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut nasabah akan merasakan manfaat secara langsung dari penggunaan aplikasi BRImo dan dapat meningkatkan minat pengguna aplikasi BRImo dari berbagai substansi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini membahas mengenai pengaruh promosi, *brand image* dan kualitas produk terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk BRImo, di-



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

harapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dengan menambah atau mengubah variabel lain seperti pengaruh kebutuhan nasabah, kualitas pelayanan, dan pengetahuan nasabah terkait BRImo. Dengan begitu penelitian berikutnya dapat memberikan deskripsi gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan suatu produk.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR PUSTAKA

- Ashilah, W. fitria, & Nawawi, Z. M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Naasabah Bank Muamalat Dengan Pengetahuan Produk Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Tabarru: Islamic Banking and Finance*, 7 Nomor 1(p-ISSN 2621-6833 e-ISSN 2621-7465).
- Azizah, N., Devy, A., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Mamajemen (JIKEM)*, 2(1), 1–13.
- BRI, P. (2024). *BRI Mobile*. Website Resmi BRI. <https://bri.co.id>
- Budhi, A. Y., Basri, H., N, L., & Mulyati, I. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., Kantor Cabang Khusus). *Jurnal Ilmiah Ekonomika*, 15(1), 20–38.
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 2(1), 61–70. <https://doi.org/10.52728/ijtc.v2i1.202>
- Fandy Tjiptono, P. . (2019). *STRATEGI PEMASARAN* (P. . Fandy Tjiptono (ed.); 4th ed.). PENERBIT ANDI OFFSET YOGYAKARTA.
- Firdaus, A. (2017). Pengaruh strategi pemasaran terhadap minat konsumen membeli produk perumahan (kasus pada Perumahan Surya Mandiri Teropong PT Efa Artha Utama). *Jom Fisip UNRI*, 4(1), 1–12. <https://www.neliti.com/publications/130504/pengaruh-strategi-pemasaran-terhadap-minat-konsumen-membeli-produk-perumahan-kas>
- Firmansyah, F. (2021). Influence of product quality, price, and promotion on purchase decision of Philips Products. *Jurnal Ekonomi LLDIKTI Wilayah 1 (JUKET)*, 1(1), 26–36. <https://doi.org/10.54076/juket.v1i1.47>
- Ihwan, H. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pemebelian Produk Scuter Matic Yamaha Mio Pada PT. Suracojaya Abadi Motor Cabang Pangkep. *Universitas Negeri Makasar*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

[http://eprints.unm.ac.id/19583/%0Ahttp://eprints.unm.ac.id/19583/1/JURNAL HAERUL IHWAN.pdf](http://eprints.unm.ac.id/19583/%0Ahttp://eprints.unm.ac.id/19583/1/JURNAL_HAERUL_IHWAN.pdf)

Italia, & Islamuddin. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Handphone Merek Nokia. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis* | *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 2(1), 1–13.

Izar, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Promosi Terhadap Persepsi Nasabah menggunakan Mobile Banking Action PT. Bank Aceh Syariah Cabang Jantho* [Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh]. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/25690/>

Jasmalinda. (2021). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) (Studi Kasus Pada Unit Sarana PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(11), 2631–2640. www.journal.uta45jakarta.ac.id

Kadata.co.id. (2024). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2016-2024*. Databoks.Kadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>

Kadata.co.id. (2023). *Populasi Negara Yang Tidak Terhubung Internet*. Databoks.Kadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/negara-dengan-populasi-terbanyak-yang-tak-terhubung-internet-awal-2023-ada-indonesia>

Keller, K. L. (2016). Marketing management. In *Soldering & Surface Mount Technology* (Vol. 13, Issue 3). <https://doi.org/10.1108/ssmt.2001.21913cab.040>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1* (A. maulana S.E, D. B. S.E, & W. H. M.M (eds.); 12th ed.). PENERBIT ERLANGGA JAKARTA.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management MARKETING MANAGEMENT Marketing Management. In Global Edition (Ed.), *Pearson Practice Hall* (15th ed.). Pearson Education Limited British Library Cataloguing.

Kurniawan, agung widhi, & Puspitaningtyas, Z. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif* (A. W. Kurniawan (ed.); Pertama). Pandiva Buku.

<https://online.fliphtml5.com/fgxqg/spyq/>

Kurniawati, D., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2).

Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>

Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>

Murdapa, P. (2020). The Effect of Price, Product Design, Product Quality and Brand Image on Purchase Decisions. *European Union Digital Library, EBGC 2019*. <https://doi.org/10.4108/eai.3-10-2019.2291907>

Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.

Ningsih, S. W., Madaniah, L., & Gunardi, G. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Produk Kredit Usaha Rakyat terhadap Minat Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Suniaraja. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 154. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.476>

Oktavanny, A. Y., & Sulistiadi, W. (2022). The Determinant Factors of Customer Satisfaction: Promotion, Service Quality and Brand Image. *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 5(2), 312–322. <https://doi.org/10.29138/ijeed.v5i2.1760>

Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian motor. *KINERJA*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>

Purnomo, B. D., & Irmawati, I. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , pennisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Mediasi. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(1), 391.
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.1039>

Rahayu, S., Limakrisna, N., & Horas V. Purba, J. (2023). The Influence Of Brand Image, Online Service Quality , And Of Use On Purchase Decisions On With Trust As A Mediation Variable. *International Journal of Science, Technology & Management*, 4(3), 629–639. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v4i3.801>

Rusmiyati, & Hartono, S. (2022). Influence The Influence of Product Quality, Brand Image and Promotion on Financing Decision with Customer Interest as Mediating Variable. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 20–33. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.20-33>

Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone di Jakarta. *Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163–175.

Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 4(2), 24–32. <https://doi.org/10.54783/japp.v4i2.454>

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* (A. Bandung (ed.); 19th ed.). ALFABETA BANDUNG.

Suryanti, O. E. (2023). *Pengaruh Promosi, Brand Imagedan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan menggunakan Pembiayaan Murabahah pada Kspps Bina Insan Mandiri Cabang Tuban Karanganyar* [Universitas Islam Negeri Raden Mas Said]. https://eprints.iain-surakarta.ac.id/6545/1/SKRIPSI_FULLLLL-OKTAVIA_EVI_SURYANTI.pdf

Walida Mustamin, S., Agama Islam, F., & Muhammadiyah Makassar, U. (2022). Analisis Pengaruh Quality service dan Promosi terhadap Tingkat Minat Nasabah dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1689–1698. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4462>

Wardah, M. (2024). *Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah* [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/76313>

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Zulfa, M. I., Tena, S., & Rizkiono, S. D. (2023). Aktivitas Sniffing pada Malware Pencuri Uang di Smartphone Android. *RENATA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita Semua*, 1(1), 7–10. <https://doi.org/10.61124/1.renata.4>



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Yth. Responden Kuesioner

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Ines Hibatul Najibah, Mahasiswi Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta Program Studi D4 - Keuangan dan Perbankan. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan BRImo Pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk”** sebagai syarat penyusunan skripsi. Adapun kriteria responden yang dibutuhkan pada penelitian ini, yaitu:

1. Merupakan nasabah BRI dan pengguna aplikasi BRImo
2. Nasabah sudah pernah melakukan transaksi BRImo lebih dari 3 kali, sebab frekuensi penggunaan satu atau dua kali pada aplikasi BRImo dinilai bahwa nasabah masih belum merasakan manfaat fitur yang ada pada BRImo secara keseluruhan.
3. Berdomisili di wilayah Jabodetabek.

Berdasarkan kriteria di atas, saya mohon kesediaan para responden untuk mengisi kuesioner penelitian ini , melalui link berikut:

<https://forms.gle/mB3upLQrCf1uUVjt8>

Seluruh data dan informasi pada kuesioner ini akan sangat dijaga kerahasiaannya dan hanya diperuntukan untuk kepentingan penelitian semata yang dilakukan oleh peneliti.

Saya mengucapkan terima kasih atas partisipasi dari para responden dalam mengisi kuesioner pada penelitian ini. Semoga selalu diberikan kebaikan dan keberkahan.

Hormat saya,

Ines Hibatul



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

A. Konfirmasi Kriteria Responden

1. Apakah anda merupakan nasabah Bank Rakyat Indonesia ?
 - Ya
 - Tidak
2. Apakah anda sudah pernah bertransaksi minimal 3 kali pada aplikasi BRImo ?
 - Ya
 - Tidak

B. Identitas Responden

1. Nama Lengkap
2. Jenis Kelamin
 - Laki-Laki
 - Perempuan
3. Usia
 - 20 – 24 Tahun
 - 25 – 29 Tahun
 - 30 – 34 Tahun
 - 35 – 39 Tahun
 - > 39 Tahun
4. Pekerjaan
 - Pegawai Swasta
 - Pegawai Negeri Sipil (PNS)
 - Wirausaha
 - Pelajar/Mahasiswa
 - Lainnya
5. Domisili
 - Jakarta
 - Bogor
 - Depok
 - Tangerang
 - Bekasi





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Di luar Jabodetabek
6. Pendapatan perbulan
 - < Rp. 1.000.000
 - Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000
 - Rp. 5.0000.000 – Rp.10.000.000
 - > Rp. 10.000.000
 7. Intensitas penggunaan aplikasi BRImo dalam 1 bulan terakhir ?
 - 1-3 Kali
 - 4-6 Kali
 - 7- 9 Kali
 - > 10 kali

C. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Sebelum mengisi Kuesioner responden dimohon untuk membaca setiap pertanyaan dengan cermat dan teliti serta menjawab setiap pertanyaan sesuai dengan apa yang di alami dan rasakan selama penggunaan aplikasi BRImo. Penelitian ini menggunakan skala likert, adapun skala likert yang digunakan sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

D. Pertanyaan Penelitian

Variabel	Indikator	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
	Promosi Penjualan	1) Saya mendapatkan informasi mengenai produk BRImo melalui brosur dan spanduk.				

		2) Saya tertarik menggunakan BRImo karena banyak promo dan hadiah yang ditawarkan.				
Promosi	Periklanan	1) Setelah melihat iklan yang tersebar pada beberapa media menarik minat saya untuk menggunakan BRImo. 2) Saya mendapatkan informasi mengenai BRImo melalui internet dan media sosial.				
	<i>Personal Selling</i>	1) Saya tertarik menggunakan BRImo karena promosi yang dilakukan oleh bank secara langsung kepada nasabahnya. 2) Saya tertarik menggunakan BRImo setelah menerima penjelasan mengenai produk yang diberikan oleh customer service dan sales.				
	<i>Public Relation</i>	1) Saya mengetahui BRImo melalui kegiatan pameran, event dan menjadi sponsor pada beberapa acara. 2) Saya tertarik karena PT BRI turun langsung untuk mengedukasi masyarakat terhadap penggunaan BRImo				

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Brand Image	Kekuatan merek (<i>Strong Brand Association</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1) BRImo merupakan aplikasi mobile banking yang sudah terkenal di kalangan masyarakat 2) Saya familier dengan merek BRImo dibandingkan dengan merek m-Banking lain 3) Ketika diminta untuk menyebutkan merek m banking, BRImo adalah merek yang muncul dalam pikiran saya. 				
	Keunggulan merek (<i>Favorable Brand Associations</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1) BRImo memberikan kemudahan dalam bertransaksi dimanapun dan kapanpun 2) BRImo menjadi alternatif pilihan saat memilih menggunakan M-banking yang lain 3) BRImo memberikan banyak benefit seperti pemberian diskon, hadiah hingga undian 				
	Keunikan merek (<i>Unique Brand</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Aplikasi BRImo memberikan konfirmasi apabila terjadi transaksi yang berhasil maupun gagal 				

	<i>Associations</i>)	2) Saya merasa mudah dan nyaman ketika bertransaksi menggunakan BRImo				
Kualitas Produk	Kinerja (Performance)	Penggunaan BRImo lebih mudah, cepat dan efisien dalam bertransaksi.				
	Fitur (Features)	BRImo memiliki berbagai fitur seperti Transfer, <i>Top Up</i> , QRIS transfer, asuransi, investasi, tagihan, pinjaman				
	Keandalan (Reability)	BRImo merupakan mobile banking yang sangat handal saat digunakan untuk bertransaksi.				
	Kesesuaian dengan spesifikasi (Confernanc e To Specificat-ion)	Fitur yang tersedia pada BRImo mampu memberikan kenyamanan bagi nasabah dalam bertransaksi				
	Daya tahan (Durability)	BRImo dapat diakses dengan mudah selama 24 jam atau tanpa batasan waktu				
	Pelayanan (Serviceabil ity)	Layanan BRImo jarang mengalami gagal sistem atas error pada saat digunakan dalam bertransaksi				

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , pennisan karya ilmiah, pennisan laporan, pennisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	Estetika (Esthetics)	BRImo memiliki tampilan sederhana sehingga mudah untuk digunakan.				
	Persepsi kualitas (Perceived quality)	Fitur yang terdapat pada BRImo beragam dan lengkap.				
Minat Nasabah	Minat Transaksional	1) Saya tertarik menggunakan BRImo karena lebih mudah dalam bertransaksi. 2) Saya yakin menggunakan BRImo dapat memenuhi kebutuhan transaksi harian saya.				
	Minat Referensial	1) Saya menggunakan BRImo setelah mendapat rekomendasi dari rekan saya 2) Saya menggunakan BRImo karena memiliki citra merk yang baik.				
	Minat Preferensial	1) Saya menggunakan BRImo karena saya merasa puas dengan fitur-fitur yang ditampilkan. 2) Saya tertarik menggunakan BRImo sebab terdapat banyak fitur seperti transfer, pembayaran tagihan listrik, pendidikan, <i>top up e wallet</i> , pembelian pulsa				

	Minat Eksploratif	<p>1) Saya yakin untuk menggunakan BRImo, setelah mencari informasi dan berbagai pertimbangan lainnya.</p> <p>2) Saya menggunakan BRImo karena fitur yang mudah dimengerti dan keamanan aplikasi yang terjaga.</p>				
--	-------------------	--	--	--	--	--

Sumber: data diolah (2024)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner Penelitian

NO	PROMOSI (X1)								Total X1
	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	
1	4	5	3	5	4	5	4	5	35
2	4	4	5	5	4	4	4	4	34
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	4	4	5	3	4	34
6	3	4	5	5	5	4	5	5	36
7	4	4	4	5	3	3	4	5	32
8	3	5	5	5	5	5	5	5	38
9	4	4	5	5	4	3	4	4	33
10	3	3	4	5	5	3	3	5	31
11	5	4	5	5	4	5	5	4	37
12	3	4	3	4	3	4	5	4	30
13	4	5	5	5	4	5	5	5	38
14	3	5	5	5	4	4	5	4	35
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
16	4	5	4	5	5	4	5	5	37
17	3	3	4	5	4	5	3	3	30
18	3	3	4	4	4	4	4	4	30
19	5	5	3	5	4	5	4	5	36
20	3	5	5	5	5	5	3	5	36
21	5	5	4	5	4	4	4	4	35
22	2	4	4	5	5	4	4	4	32
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	4	5	5	4	4	5	5	36
25	4	4	4	5	5	5	3	3	33
26	3	4	5	5	4	4	5	3	33
27	3	4	4	4	4	4	4	4	31
28	4	4	4	4	4	3	4	4	31
29	5	3	3	3	3	5	4	4	30
30	4	5	5	5	5	5	5	5	39
31	4	4	5	5	4	5	5	5	37
32	3	4	4	4	4	4	4	4	31
33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
34	2	3	3	3	4	2	3	3	23
35	4	4	4	5	5	4	4	4	34
36	4	5	5	5	5	5	5	5	39

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

37	5	5	4	5	4	4	5	5	37
38	3	4	5	5	4	4	4	4	33
39	3	4	4	4	4	4	3	3	29
40	4	4	4	4	4	4	4	3	31
41	3	4	4	5	3	2	3	4	28
42	3	5	5	5	4	5	5	5	37
43	4	4	4	3	3	4	3	3	28
44	4	4	4	4	4	4	5	4	33
45	4	4	4	4	3	4	5	3	31
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	4	5	5	5	4	5	5	5	38
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	5	5	5	5	5	5	5	5	40
50	4	5	5	5	5	4	4	5	37
51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
52	3	4	5	5	4	5	4	4	34
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	4	5	4	5	4	4	3	3	32
55	3	4	3	4	4	4	5	5	32
56	3	5	4	4	4	5	3	3	31
57	4	4	4	5	4	4	5	4	34
58	4	5	3	5	3	4	5	4	33
59	4	4	5	5	4	3	3	4	32
60	4	4	4	5	3	4	3	4	31
61	4	5	5	4	5	5	4	5	37
62	4	3	4	4	5	3	4	4	31
63	3	5	3	3	3	3	3	3	26
64	4	4	5	4	3	4	4	4	32
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	3	5	5	5	4	4	4	4	34
67	4	4	4	5	4	4	3	4	32
68	3	3	5	4	3	3	5	4	30
69	3	4	4	4	4	5	4	3	31
70	4	4	4	5	4	5	4	5	35
71	3	5	3	5	3	5	3	5	32
72	3	4	4	5	5	5	5	5	36
73	3	5	4	5	4	5	5	4	35
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	4	3	4	3	4	4	3	3	28
76	3	4	3	4	4	5	3	4	30



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

77	4	4	5	4	3	2	4	4	30
78	5	4	5	5	5	5	5	5	39
79	4	4	5	5	3	4	5	4	34
80	2	4	3	4	4	4	3	4	28
81	4	4	4	4	4	4	4	5	33
82	3	4	4	4	4	4	3	4	30
83	5	4	3	4	5	5	5	4	35
84	4	5	5	5	4	3	5	5	36
85	3	4	5	3	4	5	3	4	31
86	5	4	5	5	4	5	3	4	35
87	4	4	3	4	3	4	5	5	32
88	3	4	4	4	4	3	4	4	30
89	3	4	3	5	4	5	3	4	31
90	4	4	4	4	3	5	5	4	33
91	4	5	4	5	4	5	4	5	36
92	4	5	5	5	4	5	4	4	36
93	4	3	3	3	4	4	4	3	28
94	3	4	4	5	5	5	4	5	35
95	4	5	5	5	5	5	5	5	39
96	4	3	4	4	4	5	4	5	33
97	4	4	5	4	3	5	5	3	33
98	3	4	5	5	4	4	4	5	34
99	5	5	5	5	5	5	5	5	40
100	5	5	5	5	5	5	5	5	40

NO	BRAND IMAGE (X2)								Total X2
	X2 1	X2 2	X2 3	X2 4	X2 5	X2 6	X2 7	X2 8	
1	4	5	4	5	4	5	4	5	36
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	3	5	4	4	5	5	35
6	5	3	4	4	4	4	4	4	32
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	5	4	4	4	4	4	4	4	33
10	5	4	4	3	5	5	4	5	35
11	5	3	5	5	3	3	5	5	34
12	4	3	2	3	4	4	5	4	29
13	5	5	4	4	5	5	5	5	38
14	5	3	4	5	5	5	5	5	37



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

15	5	5	5	4	5	5	5	5	39
16	5	5	3	5	3	4	4	4	33
17	4	2	4	3	3	4	5	4	29
18	4	4	4	5	4	3	5	5	34
19	3	5	3	4	3	3	3	5	29
20	5	5	5	5	4	5	5	5	39
21	5	4	4	5	5	4	4	5	36
22	4	3	4	3	5	4	4	4	31
23	4	3	3	4	4	5	3	3	29
24	5	4	4	5	5	4	5	5	37
25	5	4	3	5	5	3	4	5	34
26	5	4	4	4	4	3	4	4	32
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	4	4	4	4	4	5	5	4	34
29	4	4	4	3	4	4	4	4	31
30	5	5	2	5	4	3	3	5	32
31	3	5	5	4	5	2	4	5	33
32	5	3	2	4	2	2	3	3	24
33	5	4	4	4	5	5	5	5	37
34	5	4	3	5	5	3	4	5	34
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	5	5	4	5	5	5	5	4	38
38	5	4	4	5	4	3	3	5	33
39	4	3	5	4	4	2	2	4	28
40	4	4	3	4	5	4	5	4	33
41	4	2	3	5	4	4	5	3	30
42	5	4	4	4	5	5	5	5	37
43	4	2	3	4	3	4	4	4	28
44	5	5	4	5	5	5	5	5	39
45	4	3	4	4	4	2	5	4	30
46	4	4	4	5	5	5	4	4	35
47	5	4	4	4	4	5	5	5	36
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	5	5	5	5	5	5	5	5	40
50	5	4	5	5	4	4	4	4	35
51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	4	4	3	4	4	2	5	4	30
54	5	5	4	4	3	3	2	4	30



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

55	4	4	4	5	4	3	4	5	33
56	5	3	3	4	4	4	4	4	31
57	5	5	5	5	5	4	5	5	39
58	4	3	3	4	3	3	4	4	28
59	5	5	4	4	4	3	3	4	32
60	4	5	5	4	4	4	3	4	33
61	4	5	5	4	5	5	4	5	37
62	4	3	4	4	5	5	3	3	31
63	4	3	2	3	5	2	4	3	26
64	3	3	3	5	4	3	4	4	29
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	5	4	4	5	3	4	5	4	34
67	4	5	5	4	3	4	5	5	35
68	4	2	3	3	4	3	3	5	27
69	3	3	3	3	3	4	4	3	26
70	5	2	4	4	5	4	5	5	34
71	3	5	3	5	3	5	3	5	32
72	5	5	4	4	4	5	3	4	34
73	4	5	4	2	4	5	4	2	30
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	4	3	3	4	4	4	5	5	32
76	5	5	5	5	5	4	5	5	39
77	4	4	4	4	4	5	5	5	35
78	5	5	5	5	5	4	5	5	39
79	4	1	1	5	5	4	5	5	30
80	4	4	4	5	4	2	2	4	29
81	4	4	5	4	5	3	2	4	31
82	4	3	4	5	4	4	3	4	31
83	3	3	4	4	5	3	4	5	31
84	4	5	5	5	4	5	5	5	38
85	4	5	3	3	4	5	3	5	32
86	5	5	4	4	5	3	4	5	35
87	4	4	2	3	3	5	4	4	29
88	5	5	5	5	4	4	4	4	36
89	4	5	3	5	3	3	4	4	31
90	5	4	4	5	5	4	5	4	36
91	4	5	4	5	4	4	4	4	34
92	5	5	5	5	5	4	5	5	39
93	4	4	4	4	4	4	4	4	32
94	5	5	5	5	5	3	5	5	38

95	5	5	5	5	5	4	5	5	39
96	4	3	2	4	4	4	5	4	30
97	4	4	3	5	4	4	4	5	33
98	4	4	4	3	5	4	5	5	34
99	5	5	5	5	5	5	5	5	40
100	5	5	5	5	5	5	5	5	40

NO	KUALITAS PRODUK (X3)								Total_X3
	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	
1	5	5	5	4	5	4	5	4	37
2	4	4	4	4	4	4	5	4	33
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	4	5	3	3	3	2	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	3	3	4	3	4	4	5	4	30
11	5	5	5	4	5	3	5	4	36
12	3	4	4	3	3	4	4	4	29
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	5	5	4	5	5	3	5	5	37
15	5	5	5	5	5	4	5	5	39
16	5	5	4	5	5	5	4	5	38
17	4	5	3	4	5	3	3	4	31
18	5	5	4	4	3	4	4	4	33
19	3	5	4	5	4	5	5	5	36
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	5	5	5	4	4	4	5	5	37
22	4	5	4	4	4	4	4	5	34
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	5	5	5	5	5	4	4	5	38
25	5	5	5	4	5	3	5	5	37
26	4	5	4	4	3	3	2	5	30
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	4	5	3	3	4	3	4	4	30
29	5	5	2	5	5	3	3	5	33
30	5	5	5	2	5	5	3	4	34

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

31	5	4	5	5	4	5	5	5	38
32	3	4	4	4	3	3	4	4	29
33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
34	5	5	4	4	5	3	5	4	35
35	4	4	4	4	4	4	4	5	33
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	4	5	5	5	5	4	5	4	37
38	4	4	4	4	4	3	4	4	31
39	4	4	4	5	3	4	4	4	32
40	4	3	5	4	4	4	3	5	32
41	3	4	4	2	4	3	4	4	28
42	5	5	4	4	5	4	5	4	36
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	4	4	4	4	2	2	4	4	28
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	4	5	5	5	4	4	5	5	37
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	5	5	5	5	5	5	5	5	40
50	5	5	5	4	4	4	5	4	36
51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	4	5	3	4	5	5	4	3	33
55	5	5	4	5	5	3	5	5	37
56	3	4	3	4	4	2	3	4	27
57	5	5	4	5	5	4	4	5	37
58	4	4	3	4	5	3	4	4	31
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	4	4	3	3	4	3	4	5	30
61	5	4	5	5	5	5	4	5	38
62	4	4	4	2	4	3	5	4	30
63	3	5	3	4	4	4	3	3	29
64	4	5	4	4	3	3	4	5	32
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	5	5	5	5	4	4	4	4	36
67	4	4	4	5	3	5	4	5	34
68	3	4	4	2	4	3	3	4	27
69	3	3	3	3	3	3	3	3	24
70	4	4	4	4	4	4	5	4	33



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

71	3	5	3	5	3	5	3	5	32
72	5	5	5	5	5	3	5	4	37
73	4	4	2	5	4	2	4	5	30
74	5	5	5	4	5	5	5	5	39
75	4	5	4	5	5	5	5	5	38
76	4	5	5	5	5	4	5	5	38
77	4	5	4	4	5	5	5	5	37
78	5	3	5	5	4	5	4	5	36
79	4	5	5	5	5	5	5	5	39
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	4	4	4	5	4	5	4	5	35
82	4	4	5	4	3	4	3	4	31
83	4	3	5	3	5	4	5	4	33
84	4	5	5	4	5	5	4	5	37
85	3	5	5	4	5	5	3	4	34
86	3	4	3	5	4	3	5	5	32
87	4	4	4	4	4	3	4	4	31
88	5	5	5	5	5	3	4	5	37
89	5	4	4	3	5	5	3	4	33
90	5	5	5	5	5	4	4	3	36
91	4	4	4	5	5	4	5	5	36
92	5	4	3	4	5	5	5	5	36
93	3	3	5	5	4	4	4	4	32
94	5	5	5	5	4	3	4	5	36
95	5	5	5	5	5	5	5	5	40
96	3	4	4	4	4	3	4	4	30
97	5	4	4	5	5	3	5	5	36
98	5	5	5	3	5	4	5	4	36
99	5	4	5	5	5	4	5	5	38
100	5	5	5	3	5	5	5	5	38

NO	MINAT MENGGUNAKAN (Y)								Total Y
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	
1	5	4	5	5	5	4	5	4	37
2	4	4	5	5	4	4	4	4	34
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	3	4	4	4	4	4	31
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40

7	5	5	4	5	5	5	5	5	39
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	3	4	4	4	4	3	5	5	32
11	5	5	5	3	3	5	3	3	32
12	4	4	4	2	3	2	2	3	24
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	5	5	3	5	5	5	5	5	38
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
16	5	5	4	5	5	5	5	5	39
17	4	3	4	4	4	4	4	3	30
18	4	4	3	4	4	5	4	4	32
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	5	5	3	5	4	5	4	5	36
21	5	4	4	5	5	5	5	5	38
22	4	4	2	4	4	5	4	4	31
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	5	5	3	4	5	5	5	5	37
26	4	4	3	4	4	5	4	4	32
27	4	3	4	5	4	4	4	4	32
28	3	3	4	4	3	4	4	4	29
29	4	5	5	4	5	5	5	5	38
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
31	4	5	5	5	5	4	4	5	37
32	3	4	4	2	3	5	4	4	29
33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
34	4	4	5	4	4	5	4	5	35
35	5	5	5	4	4	4	4	5	36
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	5	4	5	5	5	5	5	5	39
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	5	3	3	4	4	5	4	4	32
40	4	4	4	4	3	4	4	4	31
41	4	4	5	5	5	5	5	4	37
42	5	5	5	5	4	4	4	4	36
43	4	4	2	3	3	4	3	4	27
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	4	5	2	5	4	5	4	4	33
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

47	5	5	4	4	5	5	5	5	38
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	5	5	4	5	5	5	5	5	39
50	4	5	3	4	5	5	4	5	35
51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	4	3	5	5	4	3	5	4	33
55	5	4	3	3	4	5	4	4	32
56	3	4	5	3	4	5	4	4	32
57	5	5	5	5	4	5	5	5	39
58	4	3	2	4	3	4	4	4	28
59	4	3	3	4	4	3	3	3	27
60	4	4	4	5	4	3	4	4	32
61	5	4	5	5	4	4	4	5	36
62	3	5	4	3	4	4	4	4	31
63	3	3	5	3	3	3	3	3	26
64	5	4	3	4	3	5	5	5	34
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	5	5	3	4	4	5	4	4	34
67	5	5	4	4	4	4	4	5	35
68	3	3	2	3	4	3	3	3	24
69	3	3	2	3	3	3	3	3	23
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32
71	3	5	3	5	3	5	3	5	32
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	5	4	2	5	5	4	4	2	31
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	4	5	3	4	4	4	4	5	33
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	4	4	5	5	4	5	4	5	36
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	5	5	5	4	5	5	5	5	39
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	4	4	2	4	4	4	4	4	30
83	5	4	5	3	4	4	5	4	34
84	5	5	5	4	3	5	5	4	36
85	4	3	4	5	5	4	3	5	33
86	5	5	3	5	5	3	5	5	36

87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
88	4	4	3	3	4	4	3	4	29
89	5	3	4	4	3	3	4	5	31
90	5	5	4	4	4	5	5	5	37
91	4	4	4	4	4	5	5	4	34
92	5	5	5	5	5	5	5	5	40
93	4	4	3	4	4	3	4	3	29
94	5	5	5	3	4	5	4	5	36
95	5	5	5	5	5	5	5	5	40
96	4	3	2	4	4	4	4	4	29
97	5	4	2	4	4	5	4	4	32
98	5	5	4	5	5	5	5	5	39
99	5	5	4	5	5	5	5	5	39
100	5	5	5	5	5	5	5	5	40



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 3. Hasil Uji Instrumen

1. Promosi (X1)

a. Uji Validitas

		Correlations								Total_X1
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
X1.1	Pearson Correlation	1	,486**	,313	,303	,392*	,429*	,407*	,499**	,666**
	Sig. (2-tailed)		,003	,068	,076	,020	,010	,015	,002	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.2	Pearson Correlation	,486**	1	,558**	,456**	,676**	,573**	,213	,603**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,003		,000	,006	,000	,000	,220	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.3	Pearson Correlation	,313	,558**	1	,622**	,497**	,348*	,428*	,545**	,709**
	Sig. (2-tailed)	,068	,000		,000	,002	,040	,010	,001	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.4	Pearson Correlation	,303	,456**	,622**	1	,578**	,525**	,303	,548**	,730**
	Sig. (2-tailed)	,076	,006	,000		,000	,001	,077	,001	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.5	Pearson Correlation	,392*	,676**	,497**	,578**	1	,809**	,210	,640**	,827**
	Sig. (2-tailed)	,020	,000	,002	,000		,000	,225	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.6	Pearson Correlation	,429*	,573**	,348*	,525**	,809**	1	,114	,533**	,754**
	Sig. (2-tailed)	,010	,000	,040	,001	,000		,513	,001	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.7	Pearson Correlation	,407*	,213	,428*	,303	,210	,114	1	,508**	,552**
	Sig. (2-tailed)	,015	,220	,010	,077	,225	,513		,002	,001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.8	Pearson Correlation	,499**	,603**	,545**	,548**	,640**	,533**	,508**	1	,827**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,001	,001	,000	,001	,002		,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Total_X1	Pearson Correlation	,666**	,778**	,709**	,730**	,827**	,754**	,552**	,827**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,867	8

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , pennisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. Brand Image (X2)

a. Uji Validitas

		Correlations								Total_X2
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
X2.1	Pearson Correlation	1	,718**	,487**	,739**	,586**	,469**	,550**	,613**	,826**
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,000	,000	,004	,001	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.2	Pearson Correlation	,718**	1	,653**	,467**	,547**	,630**	,645**	,486**	,836**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,005	,001	,000	,000	,003	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.3	Pearson Correlation	,487**	,653**	1	,438**	,494**	,466**	,632**	,408*	,753**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000		,008	,003	,005	,000	,015	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.4	Pearson Correlation	,739**	,467**	,438**	1	,442**	,525**	,441**	,555**	,732**
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,008		,008	,001	,008	,001	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.5	Pearson Correlation	,586**	,547**	,494**	,442**	1	,375*	,638**	,569**	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,003	,008		,026	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.6	Pearson Correlation	,469**	,630**	,466**	,525**	,375*	1	,771**	,598**	,767**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,005	,001	,026		,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.7	Pearson Correlation	,550**	,645**	,632**	,441**	,638**	,771**	1	,635**	,848**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,008	,000	,000		,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.8	Pearson Correlation	,613**	,486**	,408*	,555**	,569**	,598**	,635**	1	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,015	,001	,000	,000	,000		,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Total_X2	Pearson Correlation	,826**	,836**	,753**	,732**	,736**	,767**	,848**	,751**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,906	8

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Kualitas Produk

a. Uji Validitas

		Correlations								
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,835**	,778**	,644**	,681**	,638**	,515**	,830**	,837**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X3.2	Pearson Correlation	,835**	1	,796**	,693**	,705**	,651**	,692**	,796**	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X3.3	Pearson Correlation	,778**	,796**	1	,864**	,770**	,788**	,751**	,865**	,939**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X3.4	Pearson Correlation	,644**	,693**	,864**	1	,686**	,808**	,835**	,797**	,902**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X3.5	Pearson Correlation	,681**	,705**	,770**	,686**	1	,682**	,704**	,806**	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X3.6	Pearson Correlation	,638**	,651**	,788**	,808**	,682**	1	,741**	,775**	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X3.7	Pearson Correlation	,515**	,692**	,751**	,835**	,704**	,741**	1	,703**	,848**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X3.8	Pearson Correlation	,830**	,796**	,865**	,797**	,806**	,775**	,703**	1	,930**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Total_X3	Pearson Correlation	,837**	,871**	,939**	,902**	,847**	,871**	,848**	,930**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,956	8

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4. Minat Menggunakan (Y)

a. Uji Validitas

		Correlations								Total_Y
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
Y.1	Pearson Correlation	1	,828**	,654**	,754**	,672**	,747**	,545**	,745**	,909**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.2	Pearson Correlation	,828**	1	,388*	,717**	,712**	,714**	,299	,676**	,810**
	Sig. (2-tailed)	,000		,021	,000	,000	,000	,081	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.3	Pearson Correlation	,654**	,388*	1	,579**	,520**	,487**	,629**	,594**	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000	,021		,000	,001	,003	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.4	Pearson Correlation	,754**	,717**	,579**	1	,566**	,578**	,307	,673**	,782**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,073	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.5	Pearson Correlation	,672**	,712**	,520**	,566**	1	,824**	,591**	,747**	,873**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000		,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.6	Pearson Correlation	,747**	,714**	,487**	,578**	,824**	1	,443**	,644**	,841**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,003	,000	,000		,008	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.7	Pearson Correlation	,545**	,299	,629**	,307	,591**	,443**	1	,480**	,674**
	Sig. (2-tailed)	,001	,081	,000	,073	,000	,008		,004	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.8	Pearson Correlation	,745**	,676**	,594**	,673**	,747**	,644**	,480**	1	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,004		,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Total_Y	Pearson Correlation	,909**	,810**	,754**	,782**	,873**	,841**	,674**	,851**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,924	8

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,57365516
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,074
	Negative	-,057
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Multikolinieritas

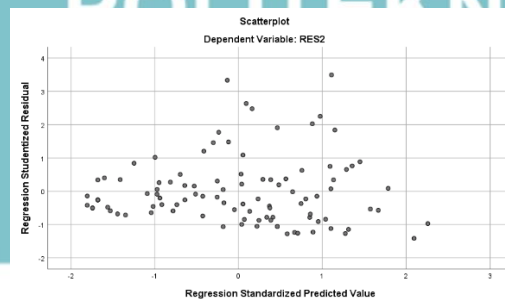
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,756	2,694		-,280	,780		
	Promosi	,306	,098	,255	3,115	,002	,541	1,849
	Brand Image	,295	,112	,272	2,645	,010	,343	2,916
	Kualitas Produk	,433	,115	,378	3,776	,000	,362	2,764

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

3. Uji Heteroskedastisitas

a. Grafik Scatterplot



b. Uji Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,438	1,752		3,675	,000
	Promosi	-,059	,064	-,124	-,931	,354
	Brand Image	-,107	,073	-,247	-1,479	,142
	Kualitas Produk	,032	,075	,069	,425	,672

a. Dependent Variable: RES2

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5. Uji Regresi Linear Berganda

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-,756	2,694		-,280	,780		
	Promosi	,306	,098	,255	3,115	,002	,541	1,849
	Brand Image	,295	,112	,272	2,645	,010	,343	2,916
	Kualitas Produk	,433	,115	,378	3,776	,000	,362	2,764

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6. Uji Hipotesis

1. Uji T (parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,756	2,694		-,280	,780
	Promosi	,306	,098	,255	3,115	,002
	Brand Image	,295	,112	,272	2,645	,010
	Kualitas Produk	,433	,115	,378	3,776	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

2. Uji F (simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1232,614	3	410,871	60,151	,000 ^b
	Residual	655,746	96	6,831		
	Total	1888,360	99			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Promosi , Brand Image

3. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,808 ^a	,653	,642	2,614

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Promosi , Brand Image

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7. Lembar Bimbingan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN AKUNTANSI

Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ines Hibatul Najibah
NIM : 2004421025
Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan
Nama Dosen Pembimbing : Agus Supriyadi, S.E., M.M.

No	Tanggal	Materi Bimbingan	Tanda Tangan
1	Jumat 15-03-2024	Konsultasi dan Penyerahan outline skripsi	AS
2	Jumat 22-03-2024	Membahas draft Bab 1	AS
3	Kamis 04-04-2024	Revisi Bab 1 dan membahas draft Bab 2.	AS
4	Jumat 19-04-2024	Acc Bab 1, Revisi bab 2 dan membahas draft Bab 3	AS
5	Jumat 26-04-2024	Acc Bab 2 dan Revisi Bab 3	AS
6	Jumat 03-05-2024	ACC Bab 3	AS
7	Jumat 19-06-2024	Membahas draft Bab 4	AS
8	Jumat 21-06-2024	Revisi Bab 4 dan membahas draft Bab 5	AS

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , pennisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN AKUNTANSI

Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

9	Jumat 05-07-2024	Revisi Bab 4 (Kuehoner) & Revisi Bab 5	AS
10	Selasa 09-07-2024	Acc Bab 4	AS
11	Jumat 12-07-2024	Acc Bab 5	AS
12	Jumat 12-07-2024	Acc Bab 1-5 (ttid + Review uang)	AS

Menyetujui,
KPS D4 Keuangan dan Perbankan
Depok, Juli, 2024

Heri Abrianto, S.E, M.M.
NIP.196510051997021001