

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah nasabah di Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya dengan menghitung dan menganalisis *Personal Selling* terhadap keputusan nasabah pada produk deposito pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2022: 14) “penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu”.

Berdasarkan definisi jenis penelitian diatas penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*), penelitian yang dilakukan dalam kehidupan yang sebenarnya dengan metode penelitian kuantitatif peneliti melakukan penelitian.

3.2.2 Operasional Variabel

Untuk dapat terlaksana sesuai dengan yang diinginkan, maka perlu dipahami unsur-unsur yang menjadi dasar dalam suatu penelitian, yang ada dalam operasional variabel penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel Bebas atau Independen (X), variabel ini yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/terikat (Sugiyono, 2022: 39). Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah

X = Personal Selling

2. Variabel tidak bebas atau dependen (Y), variabel ini yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2022: 39). Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah.

Y = Keputusan Nasabah

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Personal Selling</i> (X)	Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2022:453) bahwa <i>Personal Selling</i> atau penjualan pribadi merupakan sebuah bentuk interaksi yang dilakukan kepada satu ataupun lebih calon pembeli dengan tujuan untuk melakukan presentasi, menjawab pertanyaan sampai pada pengadaan pesanan.	Menurut, Gunasekharan (2021:4), indikator: 1. Kemampuan komunikasi 2. Pengetahuan produk 3. Kreativitas 4. Empati	Ordinal
Keputusan Nasabah (Y)	Menurut Kotler dan Armstrong (2020:177) keputusan nasabah adalah adalah tahap dalam suatu proses pengambilan keputusan pembeli dimana pembeli itu benar-benar akan membeli suatu produk.	Menurut, Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2022:179), indikator: 1. Pengenalan masalah/kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian	Ordinal

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk menangkap atau menjaring informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkungan penelitian. Adapun prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Wawancara

Wawancara mendalam dilakukan peneliti untuk memperoleh pemahaman serta informasi terkait objek penelitian. Dibandingkan dengan wawancara biasa, dalam wawancara ini peneliti melakukan tanya jawab secara langsung dengan narasumber secara terbuka terkait informasi tertentu.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sujarweni, 2020:50). Hal ini dilakukan agar penelitian dapat berjalan dengan lancar karena dengan kuesioner peneliti dapat memberikan pertanyaan kepada objek penelitian sesuai dengan kepentingan peneliti. Dalam penelitian ini, penulis menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu nasabah Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Tasikmalaya.

3. Studi Dokumentasi

Data jenis ini mempunyai jenis sifat utama tidak terbatas pada ruang dan waktu sehingga dapat dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam (Sujarweni, 2020:50). Penulis mendapatkan data atau informasi yang didokumentasikan oleh PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Tasikmalaya.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini merupakan data runtun waktu (*time series*) yaitu data primer. Data primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari subjeknya. Data primer penelitian ini diperoleh dari nasabah dan *Customer Service* PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Tasikmalaya.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2020:215), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi mencakup semua karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau objek yang dipelajari, bukan hanya jumlah yang ada padanya. Populasi juga mencakup semua benda dan benda alam lainnya, termasuk manusia.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas (jumlah) dan karakteristik (ciri) tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah deposito Bank BJB Kantor Cabang Tasikmalaya pada akhir tahun 2024 sebanyak 869 populasi dari hasil wawancara dengan Pak Ahmad selaku Pegawai Bank BJB Kantor Cabang Tasikmalaya.

Tujuan dari memiliki populasi ini adalah untuk mempermudah penentuan besarnya sampel yang diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi karena, menurut Sugiyono (2020:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri akan obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Sebagai bagian dari populasi, sampel adalah bagian dari populasi. Menurut Sugiyono (2020:81), "sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut." Dalam kasus di mana populasi penelitian terlalu besar dan tidak memungkinkan peneliti untuk mempelajari semua aspek populasi, seperti karena keterbatasan dana, tenaga, atau waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang dikumpulkan dari populasi untuk mempelajari semua aspek populasi. Untuk mendapatkan sampel yang representatif dan mewakili keadaan populasi sepenuhnya, diperlukan teknik pengambilan sampel yang tepat. Menurut Sugiyono (2020:57), metode *simple random sampling* adalah salah satu metode *probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini. Metode ini melibatkan pengambilan anggota sampel dari populasi secara acak tanpa mempertimbangkan strata populasi.

Penentuan sampel ini akan dihitung melalui rumus Slovin, rumus Solvin adalah salah satu teori penarikan sampel yang paling populer. Biasanya digunakan untuk menghitung jumlah sampel yang representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Perhitungan rumus Solvin juga tidak memerlukan tabel jumlah sampel. Rumus Solvin dalam penentuan pengambilan sampel adalah sebagai berikut.

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Menurut Pak Ahmad selaku pegawai Bank BJB Kantor Cabang Tasikmalaya menyatakan bahwa, jumlah nasabah deposito pada akhir 2024 sebanyak 869 populasi. Sampel yang digunakan dari 869 populasi pada penelitian ini dengan taraf signifikansi 10%, sebagai berikut:

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

$$n = \frac{869}{1 + 869 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{869}{1 + 869 (0,01)}$$

$$n = \frac{869}{1 + 8,69}$$

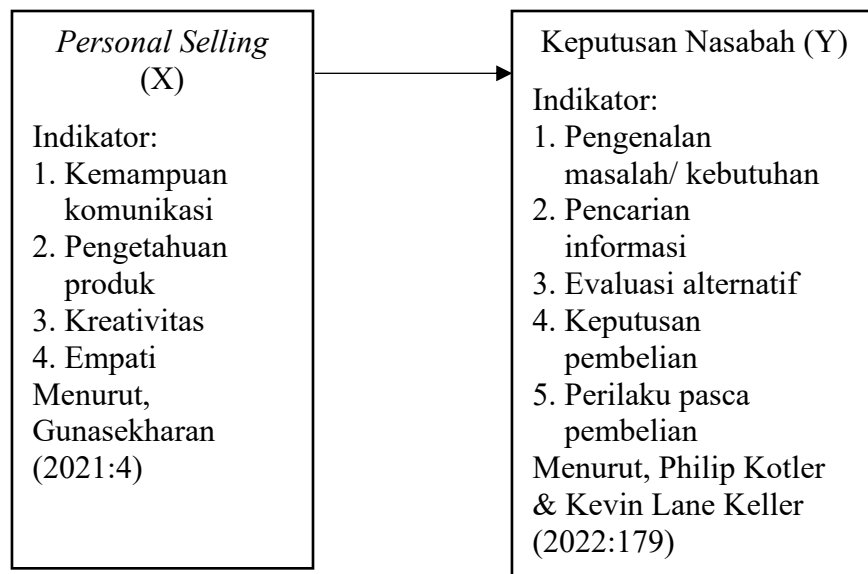
$$n = \frac{869}{9,69}$$

$$n = 89,68 \text{ dibulatkan menjadi } 90$$

Dari perhitungan diatas, jumlah sampel yang diperoleh dan akan diambil adalah sebanyak 90 responden.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian dalam penelitian ini menggunakan model sederhana dimana hubungan antara variabel *Personal Selling* (X) terhadap Keputusan Nasabah (Y).



Gambar 3. 1 Model Penelitian

Sumber: Data diperoleh Penulis 2025

3.2.5 Teknik Analisis Data

Teknik pertimbangan data untuk menentukan pembobotan jawaban responden dilakukan dengan menggunakan *Skala Likert* untuk jenis pertanyaan tertutup yang berskala normal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Formasi Nilai Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Positif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Setuju	SS	Sangat Tinggi
4	Setuju	S	Tinggi
3	Kurang Setuju	KS	Sedang
2	Tidak Setuju	TS	Rendah
1	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Rendah

Tabel 3.3 Formasi Nilai Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Negatif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Setuju	SS	Sangat Tinggi
4	Setuju	S	Tinggi

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
3	Kurang Setuju	KS	Sedang
2	Tidak Setuju	TS	Rendah
1	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Rendah

3.2.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Sudaryono (2020:147) mengemukakan validitas atau kesahihan berasal dari kata validity yang berarti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Dengan kata lain, validitas adalah suatu konsep yang berkaitan dengan sejauh mana tes telah mengukur apa yang seharusnya diukur.

Prosedur uji validitas yaitu membandingkan r hitung dengan r tabel yaitu angka keritik tabel korelasi pada derajat kebebasan ($dk = n-2$) dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$

Uji validitas akan dihitung dengan menggunakan rumus dibawah ini:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi product moment

n : banyaknya responden

$\sum xy$: jumlah hasil kali skor x dan y

$\sum x$: jumlah skor x

$\sum y$: jumlah skor y

Kriteria Pengujian:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Sudaryono (2020:170), mengemukakan reliabilitas yang berasal dari kata *reliability* berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu hasil pengukuran hanya dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur gejala-gejala yang sama dan hasil pengukuran itu reliabel. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *cronbach*. Untuk mempermudah perhitungan uji reliabilitas akan menggunakan *SPSS for window*.

Dari hasil perhitungan tersebut, maka kaidah keputusannya adalah:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan reliabel.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan gugur (tidak reliabel)

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a^2 b}{a^2 t} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

$\sum a^2b$ = Jumlah varians butir

a^2t = Varians total

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyak soal

Kriteria uji realibilitas adalah realibilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,600.

3.2.5.2 Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi sederhana di dasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Artinya dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan, dengan menggunakan rumus regresi linear sederhana menurut (Sugiyono, 2022:300), yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y: keputusan nasabah

a: konstanta

b: koefisien regresi

X: *Personal Selling*

3.2.5.3 Uji Hipotesis (Uji T)

Menurut Sarwono (2020:19), Uji T dipergunakan untuk melihat besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara sendiri-sendiri atau parsial. Sehingga dalam penelitian ini Uji T dipergunakan untuk melihat besarnya pengaruh dari masing-masing komponen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan aplikasi pengolahan data yaitu SPSS.

Uji T juga memerlukan perumusan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Hipotesis nol dan hipotesis alternatif dalam Uji T dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. $H_0 = \text{Personal Selling (X)}$ secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah (Y).
- b. $H_a = \text{Personal Selling (X)}$ secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah (Y).