

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah *Personal Selling* dan minat nasabah dalam menggunakan Tabungan *Easy Wadiah*. *Personal Selling* dalam penelitian ini difokuskan pada aktivitas pemasaran langsung yang dilakukan oleh tenaga pemasaran melalui kegiatan grebeg pasar, meliputi pendekatan kepada calon nasabah, penyampaian informasi produk, penanganan keberatan, hingga upaya mendorong penggunaan produk. Sementara itu, minat nasabah diartikan sebagai kecenderungan atau keinginan calon nasabah untuk menggunakan Tabungan *Easy Wadiah* yang ditunjukkan melalui ketertarikan, keinginan mencoba, serta kesediaan menjadikan produk sebagai pilihan utama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antara kedua variabel tersebut dalam konteks kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa.

3.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Indonesia adalah negara dengan jumlah populasi Muslim terbesar di dunia, memberikan potensi besar untuk menjadi pemimpin dalam industri keuangan Syariah. Potensi ini didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menerapkan prinsip halal dalam kehidupan sehari-hari, serta adanya dukungan kuat dari berbagai pemangku kepentingan dalam mengembangkan ekosistem industri halal di Indonesia. Salah satu elemen kunci dalam hal ini adalah

Bank Syariah, yang berperan sebagai fasilitator utama untuk berbagai aktivitas ekonomi dalam sektor perbankan.

Dalam beberapa tahun terakhir, industri perbankan Syariah di Indonesia telah mengalami kemajuan yang signifikan, mencakup inovasi produk, peningkatan layanan, dan pengembangan jaringan. Setiap tahun, industri ini menunjukkan tren positif, dengan banyak Bank Syariah yang aktif dalam bisnis korporasi, yang mencerminkan keinginan untuk mempercepat pertumbuhan sektor perbankan syariah.

Di Kota Tasikmalaya ada 1 Kantor Cabang dan 3 Kantor Cabang Pembantu Bank Syariah Indonesia, Salah satu nya Yaitu PT. Bank Syariah Indonesia Tasikmalaya HZ Mustofa yang Menjadi tingkat B4 di karenakan di lihat dari jumlah aset nya dari banyak nya kantor cabang BSI yang ada di kota Tasikmalaya. Pada Awal Berdirinya Berupa Bangunan Bank Banten, yang Kemudian Menjadi PT. Bank Syariah Indonesia Tasikmalaya HZ, Mustofa Yang didirikan Pada 7 Juni 2023. Sebelum berpindah ke bangunan bekas Bank Banten, BSI HZ Mustofa Tasikmalaya terletak di Jalan Ahmad Yani, Tasikmalaya, Kepala Cabang Pertama adalah Adi Kusmayadi dengan Jumlah Karyawan Sebanyak 24 dengan rincian BO 1, BOSM 1, Funding 1, Consumer 3, Mikro 7, SME (*Small medium enter price*) 2, Teller 1, Cs 2, Security 3, OB 2, Driver 1.

3.1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

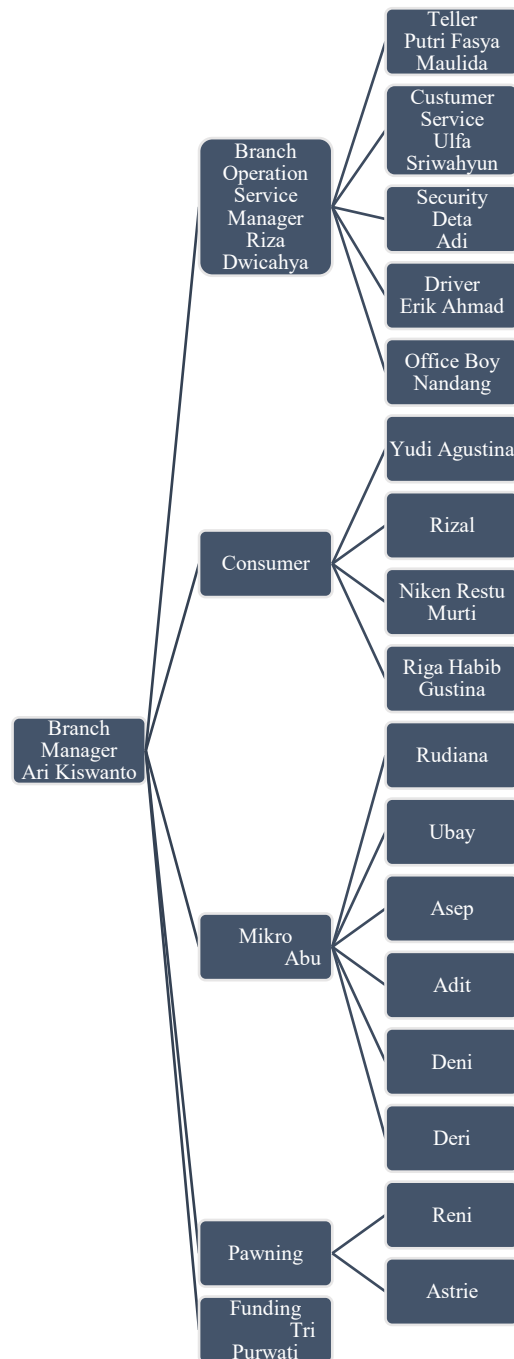
a. Visi

Top 5 Global *Islamic Bank*

b. Misi

- a) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50T di tahun 2025.
- b) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- c) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

3.1.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bank BSI KCP Tasikmalaya HZ Mustofa

Sumber: PT Bank Syariah Indonesia Persero Tbk KCP Tasikmalaya HZ Mustofa

3.1.1.3 Pengertian Tabungan *Easy Wadiah*

Tabungan *Easy Wadiah* merupakan salah satu produk penghimpunan dana pada bank syariah yang menggunakan prinsip *akad Wadiah yad dhamanah*, yaitu *akad* penitipan dana dari nasabah kepada bank yang memberikan kewenangan kepada bank untuk mengelola dana tersebut dengan tetap menjamin keamanan dan pengembaliannya kapan saja nasabah membutuhkannya. Produk tabungan dengan *akad Wadiah* pada dasarnya tidak menjanjikan imbal hasil tertentu kepada nasabah, namun bank dapat memberikan bonus secara sukarela sesuai dengan kebijakan bank. Tabungan berbasis *akad Wadiah* banyak diminati masyarakat karena memiliki karakteristik yang sederhana, fleksibel, serta tidak mengandung unsur riba sehingga sesuai dengan prinsip syariah (Ismail, 2020:212).

Selain itu, produk Tabungan *Easy Wadiah* pada Bank Syariah Indonesia dapat dimiliki oleh berbagai kelompok usia masyarakat. Nasabah perorangan yang membuka rekening Tabungan *Easy Wadiah* umumnya telah memiliki identitas resmi seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP) atau dokumen identitas lain yang berlaku. Dengan demikian, Tabungan *Easy Wadiah* pada umumnya dapat dibuka oleh nasabah yang telah berusia minimal 17 tahun atau telah memiliki identitas diri yang sah, sedangkan bagi nasabah yang berusia di bawah 17 tahun pembukaan rekening dapat dilakukan melalui perwakilan orang tua atau wali sesuai dengan ketentuan perbankan yang berlaku. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa produk Tabungan *Easy Wadiah* dirancang agar dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat mulai dari kalangan remaja, mahasiswa, hingga masyarakat umum yang membutuhkan rekening tabungan untuk kegiatan transaksi sehari-hari.

Menurut Ascarya (2022:45), *akad Wadiah* merupakan *akad* penitipan dana yang menempatkan bank sebagai pihak penerima titipan yang berkewajiban menjaga serta mengembalikan dana nasabah setiap saat ketika diminta. Dalam praktik perbankan syariah, *akad Wadiah* yang digunakan dalam produk tabungan umumnya adalah *Wadiah yad dhamanah*, yaitu bentuk penitipan dana yang memungkinkan bank memanfaatkan dana tersebut untuk kegiatan operasional dengan tetap menjamin keutuhan dana nasabah. Oleh karena itu, produk tabungan *Wadiah* menjadi salah satu produk yang mudah diterima oleh masyarakat karena memiliki tingkat risiko yang relatif rendah serta memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan sehari-hari.

Tabungan *Easy Wadiah* merupakan salah satu produk tabungan yang dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam melakukan aktivitas menabung dan bertransaksi menggunakan prinsip syariah. Produk ini dirancang dengan persyaratan yang relatif mudah serta biaya administrasi yang ringan sehingga dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Kemudahan yang ditawarkan dalam produk tabungan *Wadiah* dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan syariah karena produk tersebut memberikan rasa aman serta fleksibilitas dalam melakukan penarikan dana kapan saja diperlukan (Setiawan & Hidayat, 2022:58).

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2022), tabungan syariah dengan *akad Wadiah* merupakan produk simpanan yang penarikannya dapat dilakukan sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati serta tidak memberikan imbal hasil yang diperjanjikan di awal. Karakteristik tersebut menjadikan tabungan *Wadiah* sebagai

produk simpanan yang lebih berorientasi pada keamanan dana dan kemudahan transaksi dibandingkan dengan tujuan investasi. Oleh karena itu, produk tabungan *Wadiah* sering digunakan oleh nasabah sebagai sarana penyimpanan dana jangka pendek maupun sebagai rekening transaksi harian.

Penelitian menunjukkan bahwa produk tabungan berbasis *akad Wadiah* memiliki peranan penting dalam meningkatkan jumlah nasabah bank syariah karena produk tersebut mudah dipahami oleh masyarakat serta sesuai dengan prinsip syariah yang menghindari unsur bunga. Pemahaman masyarakat terhadap konsep *Wadiah* dapat meningkatkan kepercayaan terhadap produk tabungan syariah sehingga mendorong minat untuk menjadi nasabah bank syariah (Rahmawati & Wahyuni, 2021:73).

a. Tarif dan Biaya Produk Tabungan *Easy Wadiah* Adalah Sebagai Berikut:

1. Setoran Awal:Rp.100.000.- (Perorangan) & Rp. 1.000.000 .-(non perorangan)
2. Setoran minimum berikutnya: Rp. 50.000 (Via Teller) dan 1 (Via E Channel)
3. Saldo minimum Rp. 50.000.-
4. Biaya penutupan rekening: 20.000.-
5. Biaya Administrasi: Gratis
6. Biaya Ganti Kartu Hilang/ Rusak : Rp. 25.000.-
7. Fasilitas Kartu Debit: GPN dan Visa.
8. Biaya Dormant Account: Rp. 5.000.-

b. Keunggulan Tabungan *Easy Wadiah* :

1. Bebas biaya administrasi setiap bulan nya.
2. Tidak dikenakan biaya tarik tunai di seluruh ATM Bank Mandiri.

3. Gratis biaya transaksi di Seluruh EDC Bank Mandiri, semua EDC.
4. Bank di Indonesia, dan EDC berjaringan PRIMA.
5. Kemudahan transaksi dengan mobile banking dan net banking.
6. Kartu ATM yang dapat di gunakan di seluruh mesin ATM BANK SYARIAH INDONESIA, Mesin ATM Bank Mandiri, Mesin ATM bersama, Mesin ATM Prima, Mesin ATM link, dan mesin ATM berlogo VISA.

3.1.1.4 Dasar Hukum Tabungan

Tabungan *Easy Wadiah* merupakan produk penghimpunan dana pada bank syariah yang menggunakan *akad Wadiah yad dhamanah*, yaitu *akad* titipan di mana pihak penerima titipan (bank) diperkenankan memanfaatkan dana yang dititipkan dengan kewajiban menjamin pengembaliannya secara penuh kapan pun nasabah menghendaki. Secara normatif dan yuridis, produk ini memiliki landasan hukum yang kuat, baik dari perspektif hukum Islam maupun hukum positif di Indonesia. Landasan tersebut meliputi dalil *Al-Qur'an* dan *Hadis*, fatwa Dewan Syariah Nasional, serta peraturan perundang-undangan yang mengatur operasional perbankan syariah.

1. Landasan Normatif dalam Hukum Islam

Secara teologis, konsep *Wadiah* berakar pada prinsip amanah yang ditegaskan dalam *Al-Qur'an*, khususnya *Surah An-Nisa* ayat 58, yang memerintahkan agar amanah disampaikan kepada yang berhak menerimanya. Ayat tersebut menjadi dasar etis bahwa setiap harta titipan wajib dijaga dan dikembalikan kepada pemiliknya tanpa pengurangan. Prinsip ini kemudian dikembangkan dalam

fiqh muamalah sebagai *akad Wadiah*, yakni penitipan harta dari satu pihak kepada pihak lain untuk dijaga dan dikembalikan sewaktu-waktu.

Dalam hadis riwayat Abu Dawud juga ditegaskan kewajiban untuk menunaikan amanah kepada pihak yang mempercayakan hartanya. Ketentuan ini memperkuat legitimasi syariah *akad Wadiah* sebagai bentuk hubungan hukum yang dilandasi oleh kepercayaan (*trust based contract*). Menurut Antonio, (2020:85) *akad Wadiah* dalam praktik perbankan syariah berkembang menjadi *Wadiah yad dhamanah*, di mana penerima titipan diperkenankan memanfaatkan dana titipan sepanjang menjamin pengembaliannya secara utuh. Model ini dianggap relevan dengan sistem perbankan modern karena memungkinkan bank mengelola dana secara produktif tanpa menghilangkan substansi amanah.

2. Fatwa Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia

Dalam konteks hukum positif Indonesia, legitimasi *akad Wadiah* dalam produk tabungan syariah ditegaskan melalui fatwa:

- a) Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia
- b) Fatwa DSN-MUI No. 02/DSN-MUI/IV/2000

Fatwa tersebut menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan secara syariah adalah tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *Wadiah*. Dalam ketentuan *Wadiah* ditegaskan bahwa dana bersifat titipan, bank boleh memanfaatkannya, dan bank wajib menjamin pengembaliannya. Selain itu, tidak diperkenankan adanya imbalan yang diperjanjikan di awal *akad*, namun bank dapat memberikan bonus (*hibah*) secara sukarela tanpa perjanjian sebelumnya.

Menurut Hidayat dan Anwar (2022:41), fatwa DSN-MUI memiliki kedudukan strategis sebagai rujukan normatif dalam operasional perbankan syariah, karena menjadi dasar legitimasi setiap produk yang diterbitkan oleh bank syariah. Dengan demikian, keberadaan fatwa tersebut memberikan kepastian hukum sekaligus jaminan kesesuaian syariah terhadap produk Tabungan *Easy Wadiah*.

3. Undang-Undang Perbankan Syariah

Secara yuridis formal, operasional perbankan syariah di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008:

Undang-undang ini menegaskan bahwa kegiatan usaha bank syariah dilaksanakan berdasarkan prinsip syariah yang merujuk pada fatwa lembaga yang berwenang. Dalam ketentuan tersebut, penghimpunan dana masyarakat dapat dilakukan dalam bentuk giro, tabungan, dan deposito berdasarkan *akad* yang sesuai dengan prinsip syariah.

Menurut Ismail (2021:56), Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 memberikan kerangka hukum yang komprehensif bagi pengembangan produk perbankan syariah, termasuk mekanisme pengawasan dan perlindungan nasabah. Dengan adanya regulasi ini, produk Tabungan *Easy Wadiah* tidak hanya memiliki legitimasi syariah, tetapi juga memiliki kekuatan hukum yang mengikat dalam sistem hukum nasional.

4. Pengawasan oleh Otoritas Jasa Keuangan

Selain undang-undang, pengawasan terhadap operasional bank syariah berada di bawah kewenangan Otoritas Jasa Keuangan:

Otoritas Jasa Keuangan berperan dalam memastikan bahwa setiap produk perbankan memenuhi prinsip kehati-hatian (*prudential banking*), transparansi informasi, serta perlindungan konsumen. Dalam perspektif tata kelola, pengawasan ini penting untuk menjaga stabilitas sistem keuangan serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap industri perbankan syariah (Rahmawati & Putri, 2023:88). Dengan demikian, Tabungan *Easy Wadiah* tidak hanya tunduk pada prinsip syariah, tetapi juga berada dalam kerangka regulasi dan pengawasan negara yang ketat.

5. Implementasi pada Bank Syariah Indonesia

Produk Tabungan *Easy Wadiah* dipasarkan oleh Bank Syariah Indonesia: Sebagai bank umum syariah terbesar di Indonesia, Bank Syariah Indonesia wajib memastikan bahwa setiap produknya telah memperoleh persetujuan Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan sesuai dengan ketentuan DSN-MUI. Implementasi *akad Wadiah* pada produk ini mencerminkan komitmen bank dalam menyediakan alternatif tabungan yang bebas riba dan sesuai dengan prinsip keadilan serta amanah dalam Islam.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian verifikatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah dalam menggunakan Tabungan *Easy Wadiah* pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa. Pendekatan kuantitatif menekankan pada pengumpulan

data berupa angka yang dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan secara objektif dan sistematis.

Menurut Sugiyono (2021: 8), metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian verifikatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian verifikatif digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh serta seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah *Personal Selling*, sedangkan variabel dependen adalah minat nasabah.

Menurut Sugiyono (2021: 36), penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan data empiris di lapangan sehingga dapat diketahui hubungan dan pengaruh antarvariabel yang diteliti. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memverifikasi pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan *Easy Wadiah*.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan proses penjabaran variabel penelitian ke dalam bentuk yang lebih terukur sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan pengamatan dan pengukuran secara sistematis. Melalui operasionalisasi

variabel, setiap konsep yang digunakan dalam penelitian diterjemahkan ke dalam dimensi dan indikator yang dapat diukur menggunakan instrumen penelitian. Dengan demikian, operasionalisasi variabel berfungsi sebagai pedoman bagi peneliti dalam menentukan cara pengukuran terhadap variabel-variabel yang diteliti sehingga data yang diperoleh dapat dianalisis secara tepat dan objektif.

Berikut merupakan operasionalisasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Personal Selling</i> (X) (Kotler & Keller, 2016)	Pendekatan Awal (<i>Approach</i>)	1. Keramahan tenaga pemasaran dalam menawarkan produk 2. Kesopanan dalam berkomunikasi 3. Kemampuan menarik perhatian calon nasabah 4. Kejelasan dalam memperkenalkan produk	Ordinal
	Presentasi Produk (<i>Presentation</i>)	1. Kejelasan penjelasan produk 2. Kemampuan menjelaskan manfaat produk 3. Kemampuan menjelaskan akad Wadiah 4. Kemampuan menjawab pertanyaan calon nasabah	Ordinal
	Penanganan Keberatan (<i>Handling Objection</i>)	1. Kemampuan menjawab keraguan nasabah 2. Kemampuan memberikan penjelasan yang meyakinkan 3. Kemampuan memberikan solusi yang sesuai	Ordinal
	Penutupan Penjualan (<i>Closing</i>)	1. Kemampuan meyakinkan calon nasabah	Ordinal

		2. Kemampuan mengarahkan membuka rekening 3. Kejelasan prosedur pembukaan rekening	
	Tindak Lanjut (<i>Follow up</i>)	1. Kesiadaan membantu nasabah setelah membuka rekening 2. Kemudahan menghubungi tenaga pemasaran 3. Pemberian informasi lanjutan	Ordinal
Minat Nasabah (Y) (Nur Falih Anwar 2023)	Minat <i>Transaksional</i>	1. Nasabah memiliki keinginan untuk membuka Tabungan <i>Easy Wadiah</i>. 2. Nasabah tertarik menggunakan Tabungan <i>Easy Wadiah</i> sebagai sarana menabung. 3. Nasabah berkeinginan melakukan transaksi menggunakan Tabungan <i>Easy Wadiah</i>.	Ordinal
	Minat <i>Referensial</i>	1. Nasabah bersedia merekomendasikan Tabungan <i>Easy Wadiah</i> kepada orang lain. 2. Nasabah bersedia mengajak orang lain untuk menggunakan produk tersebut. 3. Nasabah memberikan informasi mengenai produk tabungan kepada orang lain.	Ordinal
	Minat <i>Preferensial</i>	1. Nasabah menjadikan Tabungan <i>Easy Wadiah</i> sebagai pilihan utama untuk menabung. 2. Nasabah lebih memilih Tabungan <i>Easy Wadiah</i> dibanding produk lain.	Ordinal

	Minat <i>Eksploratif</i>	1. Nasabah mencari informasi lebih lanjut mengenai Tabungan <i>Easy Wadiah</i> . 2. Nasabah tertarik mengetahui fitur dan manfaat produk tabungan tersebut.	Ordinal
--	--------------------------	--	---------

Sumber: Diolah Penulis 2026

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ilmiah bertujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan, tepat, dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi Langsung

Menurut Sugiyono (2017:293), observasi langsung merupakan teknik pengumpulan data yang memiliki karakteristik khusus dibandingkan dengan teknik lainnya, karena dilakukan melalui proses pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian di lapangan. Melalui observasi, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih nyata mengenai kondisi, situasi, serta aktivitas yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kegiatan pelayanan dan interaksi antara pihak bank dengan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pelaksanaan *Personal Selling* dalam menawarkan produk Tabungan *Easy Wadiah* .

2. Kusioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2022:142), kusioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat

pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data secara langsung dari responden mengenai persepsi, sikap, maupun pendapat terhadap variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, kuesioner diberikan kepada calon nasabah atau individu yang memiliki minat untuk menggunakan Tabungan *Easy Wadiah* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu HZ Mustofa Tasikmalaya. Instrumen ini dimanfaatkan untuk memperoleh data mengenai bagaimana pengaruh kegiatan *Personal Selling* yang dilakukan oleh pihak bank terhadap minat calon nasabah dalam menggunakan produk Tabungan *Easy Wadiah*. Pengukuran variabel dalam angket menggunakan skala Likert dengan lima tingkat, yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:476), dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menghimpun berbagai dokumen yang berkaitan dengan penelitian, seperti buku, arsip, laporan, catatan, gambar, maupun dokumen lainnya yang dapat mendukung proses penelitian. Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari kuesioner dan observasi. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa dokumen, laporan, serta bukti kegiatan penelitian, termasuk dokumentasi

saat peneliti berinteraksi dengan nasabah dalam proses penyebaran kuesioner di Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa, sehingga dapat memperkuat keabsahan data yang diperoleh.

4. Studi Kepustakaan

Menurut Sugiyono (2021:291), studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari berbagai sumber literatur, seperti buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, serta dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian. Studi kepustakaan tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap data, tetapi juga menjadi dasar dalam membangun landasan teori, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

Dalam penelitian ini, studi kepustakaan dilakukan dengan mengkaji berbagai referensi yang berkaitan dengan konsep *Personal Selling*, minat nasabah, komunikasi pemasaran, serta perbankan syariah. Sumber yang digunakan meliputi buku teks, jurnal ilmiah nasional, serta publikasi resmi yang memiliki relevansi dengan objek penelitian. Melalui studi kepustakaan, peneliti dapat memahami teori-teori yang mendasari variabel penelitian serta memperoleh hasil penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan pendukung dalam analisis.

Selain itu, studi kepustakaan juga bertujuan untuk memperkuat argumentasi penelitian dengan menggunakan referensi yang kredibel sehingga hasil penelitian memiliki dasar ilmiah yang kuat. Dengan adanya kajian pustaka yang memadai, peneliti dapat menghindari kesalahan dalam penafsiran konsep serta memastikan

bahwa penelitian yang dilakukan memiliki kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran dan perbankan syariah.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dengan sumber data primer dan sekunder.

1. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama melalui proses pengumpulan data di lapangan (Pengertian menurut Sugiyono, 2017:137 dalam bukunya Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada calon peminat nasabah yang berpotensi menggunakan produk Tabungan *Easy Wadiah* pada BSI KCP Tasikmalaya HZ Mustofa. Kuesioner tersebut memuat sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan variabel *Personal Selling* dan minat nasabah, yang disusun secara sistematis untuk memperoleh tanggapan responden mengenai persepsi mereka terhadap aktivitas *Personal Selling* yang dilakukan oleh pihak bank. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan *Easy Wadiah*.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan (Pengertian menurut Burhan Bungin 2013:128 dalam bukunya Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi). Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang relevan dan dapat mendukung

kelengkapan penelitian, seperti data jumlah nasabah pada BSI KCP Tasikmalaya HZ Mustofa, laporan resmi yang diterbitkan oleh Bank Syariah Indonesia, serta berbagai literatur ilmiah seperti buku, jurnal penelitian, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan konsep *Personal Selling* serta minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan pada perbankan syariah. Data sekunder tersebut digunakan sebagai bahan referensi untuk memperkuat landasan teoritis serta mendukung analisis dalam penelitian ini.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Populasi dan sampel merupakan unsur penting dalam suatu penelitian karena keduanya berkaitan dengan proses pengumpulan data yang digunakan untuk menganalisis variabel yang diteliti. Populasi merujuk pada keseluruhan elemen, individu, objek, maupun subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi fokus dalam suatu penelitian. Menurut Morissan (2012:109). populasi adalah sekumpulan elemen, variabel, konsep, atau individu yang menjadi perhatian utama peneliti dalam suatu kajian ilmiah. Dengan memahami karakteristik populasi secara tepat, peneliti dapat memperoleh data yang relevan sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Selain itu, populasi juga diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki jumlah serta karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya ditarik kesimpulan. Penentuan populasi dalam penelitian sangat penting karena populasi menjadi sumber utama dalam memperoleh data yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi sasaran penelitian adalah seluruh masyarakat yang menjadi target kegiatan *Personal Selling* melalui program grebeg pasar yang dilaksanakan oleh PT Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa. Penentuan populasi difokuskan pada masyarakat yang berinteraksi langsung dalam kegiatan tersebut, karena dianggap relevan dengan tujuan penelitian dalam mengukur minat nasabah terhadap produk Tabungan *Easy Wadiah*.

Berdasarkan data kegiatan lapangan, rata-rata jumlah masyarakat yang berinteraksi langsung dalam satu kali pelaksanaan grebeg pasar sekitar 50 orang. Kegiatan tersebut dilaksanakan sebanyak 4 kali dalam satu bulan dengan periode pengamatan selama 3 bulan. Dengan demikian, jumlah populasi dalam penelitian ini diperoleh dari hasil perhitungan akumulasi kegiatan tersebut, yaitu sebanyak 600 orang. dengan demikian, jumlah tersebut ditetapkan sebagai populasi dalam penelitian ini.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan dalam suatu penelitian. Penggunaan sampel bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam proses pengumpulan data, terutama apabila jumlah populasi relatif besar sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh anggota populasi secara langsung. Oleh karena itu, sampel yang digunakan harus mampu merepresentasikan karakteristik populasi agar hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya.

Dalam penelitian ini, populasi yang telah ditetapkan adalah sebanyak 600 orang, yaitu masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan *Personal Selling* melalui program grebeg pasar yang dilaksanakan oleh PT Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa. Mengingat populasi tersebut berasal dari kegiatan lapangan dengan karakteristik tertentu, maka tidak seluruh anggota populasi memiliki tingkat relevansi yang sama terhadap tujuan penelitian. Oleh karena itu, diperlukan teknik penentuan sampel yang mampu memilih responden yang benar-benar sesuai dengan fokus penelitian.

Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2018: 85), purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sehingga sampel yang dipilih dianggap paling mengetahui dan memahami informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

Penggunaan teknik purposive sampling dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa populasi berasal dari kegiatan grebeg pasar, sehingga responden yang dipilih harus merupakan individu yang benar-benar terlibat atau pernah berinteraksi dalam kegiatan tersebut. Dengan demikian, sampel yang diambil diharapkan dapat memberikan data yang lebih akurat mengenai pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden merupakan masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan grebeg pasar yang diselenggarakan oleh PT Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa.
2. Responden merupakan individu yang pernah mengikuti atau berada di lokasi kegiatan grebeg pasar yang dilaksanakan oleh pihak bank sebagai bagian dari kegiatan promosi dan *Personal Selling* pada tahun 2025.
3. Responden merupakan individu yang pernah memperoleh penjelasan atau penawaran mengenai produk Tabungan *Easy Wadiah* melalui kegiatan *Personal Selling* yang dilakukan oleh pihak marketing bank.
4. Responden merupakan individu yang memiliki minat atau ketertarikan untuk menggunakan produk Tabungan *Easy Wadiah*.
5. Responden bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian dengan mengisi kuesioner yang telah disediakan oleh peneliti.

Melalui penetapan kriteria tersebut, diharapkan responden yang dipilih benar-benar memiliki keterkaitan dengan objek penelitian sehingga data yang diperoleh dapat menggambarkan secara lebih akurat mengenai pengaruh kegiatan *Personal Selling* terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan *Easy Wadiah*. Selanjutnya, untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10% dari jumlah populasi yang telah ditetapkan.

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

Diketahui:

$N = 600$ (ukuran populasi)

n = jumlah yang harus diambil

$e = 10\% = 0,10$ (*margin of error*)

Perhitungan:

$$n = \frac{600}{1 + 600(0,10)^2}$$

$$n = \frac{600}{1 + 600(0,01)}$$

$$n = \frac{600}{1 + 6}$$

$$n = \frac{600}{7}$$

$$n = 85,7 = 86 \text{ responden}$$

Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 86 *responden*.

3.2.4 Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, serta menjelaskan bagaimana pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan *Easy Wadiah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa. Model penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Dalam penelitian ini, *Personal Selling* berperan sebagai variabel independen (X), sedangkan minat nasabah merupakan variabel dependen (Y). model penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan *Personal Selling* yang dilakukan oleh pihak bank, khususnya melalui

kegiatan grebeg pasar, diduga memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat atau calon nasabah dalam menggunakan produk Tabungan *Easy Wadiah*. Dengan demikian, hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.2 Model Penelitian

3.2.5 Teknis Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses pengolahan data yang dilakukan setelah seluruh data penelitian terkumpul dari responden melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan secara empiris pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan *Easy Wadiah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa. data yang diperoleh selanjutnya diolah dan dianalisis dengan menggunakan bantuan program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Adapun tahapan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji kualitas data dan uji hipotesis, yang dijelaskan sebagai berikut:

3.2.5.1 Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan suatu instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti.

Instrumen penelitian dikatakan valid apabila mampu mengukur secara tepat konsep atau konstruk yang hendak diteliti.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mampu merepresentasikan indikator-indikator dari variabel *Personal Selling* sebagai variabel independen dan variabel minat nasabah dalam menggunakan Tabungan *Easy Wadiah* sebagai variabel dependen. Dengan demikian, melalui uji validitas dapat diketahui apakah item-item pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner telah sesuai dengan konsep teoritis yang mendasari masing-masing variabel penelitian.

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu dengan mengkorelasikan skor masing-masing item pertanyaan dengan skor total variabel. Pengujian tersebut dilakukan dengan bantuan program SPSS.

Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$), maka item pertanyaan dinyatakan valid.
2. Apabila nilai r hitung lebih kecil dari r tabel ($r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$), maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Instrumen penelitian yang telah memenuhi kriteria validitas selanjutnya dapat digunakan untuk proses pengujian berikutnya dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian dalam menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila memberikan hasil pengukuran yang relatif konsisten apabila dilakukan pengukuran secara berulang terhadap objek yang sama.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi item-item pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel *Personal Selling* dan minat nasabah dalam menggunakan Tabungan *Easy Wadiah*.

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha, yaitu dengan mengukur konsistensi internal antar item dalam satu variabel penelitian. Nilai koefisien Cronbach's Alpha berada pada rentang antara 0 sampai dengan 1.

Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,7$, maka instrumen penelitian dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.
2. Apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$, maka instrumen penelitian masih dapat dikatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.
3. Apabila nilai Cronbach's Alpha $< 0,6$, maka instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel.

Semakin tinggi nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh, maka semakin tinggi pula tingkat konsistensi internal instrumen penelitian tersebut. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS.

c. Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini, analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran mengenai variabel *Personal Selling* dan Minat Nasabah pada Tabungan *Easy Wadiah* melalui kegiatan grebeg pasar di PT Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Pengukuran jawaban responden dilakukan menggunakan Skala Likert dengan rentang skor 1 sampai 5. Menurut Sugiyono (2022), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial.

Adapun skor penilaian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Untuk menentukan kategori interpretasi skor rata-rata jawaban responden, maka digunakan Nilai Jarak Interval (NJI) dengan rumus sebagai berikut:

$$NJI = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka diperoleh kriteria interpretasi skor rata-rata sebagai berikut:

Tabel 3.3 Kriteria Interpretasi Skor Rata-Rata

Interval Nilai	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5.00	Sangat Setuju

Penggunaan statistik deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai tingkat tanggapan responden terhadap setiap indikator pada variabel *Personal Selling* dan Minat Nasabah. Dengan analisis ini, peneliti dapat mengetahui kecenderungan jawaban responden, indikator yang memperoleh penilaian tertinggi maupun terendah, serta kondisi umum pelaksanaan *Personal Selling* melalui kegiatan grebeg pasar terhadap minat nasabah pada produk Tabungan *Easy Wadiah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wibowo dan Santoso (2022) menunjukkan bahwa analisis statistik deskriptif dapat digunakan untuk menggambarkan tingkat efektivitas *Personal Selling* dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk perbankan. Selain itu, penelitian Lestari dan Firmansyah (2023) juga menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui kecenderungan persepsi responden terhadap strategi pemasaran perbankan syariah sebelum dilakukan pengujian hipotesis.

d. Transformasi Data Ke MSI

Method of Successive Interval (MSI) merupakan metode transformasi data yang digunakan untuk mengubah data berskala ordinal menjadi data berskala interval. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari hasil penyebaran kuesioner menggunakan Skala Likert, sehingga data yang dihasilkan masih berupa data ordinal. Menurut Sugiyono (2022), data ordinal merupakan data yang menunjukkan urutan atau tingkatan, namun belum memiliki jarak yang pasti antar kategori. Oleh karena itu, data ordinal perlu ditransformasikan menjadi data interval agar memenuhi syarat analisis statistik parametrik.

Dalam penelitian ini, transformasi data dilakukan karena teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana, korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis yang termasuk ke dalam statistik parametrik. Menurut Imam Ghozali (2021), penggunaan analisis parametrik mensyaratkan data penelitian berada pada skala interval atau rasio. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan metode *Method of Successive Interval* (MSI) untuk mentransformasikan data ordinal hasil kuesioner menjadi data interval sehingga dapat digunakan dalam pengolahan data statistik menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

Pada penelitian ini, data yang ditransformasikan merupakan data hasil tanggapan responden terhadap variabel *Personal Selling* (X) dan Minat Nasabah (Y) pada Tabungan *Easy Wadiah* melalui kegiatan grebeg pasar di PT Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa.

Adapun langkah-langkah transformasi data menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI) adalah sebagai berikut:

1. Peneliti membuka website pengolahan MSI secara online melalui salah satu link berikut:

<https://gldcalc.shinyapps.io/msi1/>

<https://gldcalc.shinyapps.io/msi2/>

<https://gldcalc.shinyapps.io/msi3/>

2. Data hasil kuesioner kemudian disusun dalam format Microsoft Excel sesuai ketentuan, di mana setiap indikator disusun tanpa jarak antar kolom maupun baris, kemudian file diunggah (browse) ke website MSI secara terpisah untuk masing-masing variabel penelitian.
3. Pada menu separator dipilih format “xlsx”, kemudian pada bagian “show” diubah menjadi 100 agar seluruh hasil transformasi data dapat ditampilkan secara lengkap.
4. Setelah proses transformasi selesai, data interval hasil perhitungan MSI akan muncul sesuai jumlah responden dan indikator penelitian. Selanjutnya data tersebut disalin ke Microsoft Excel untuk digunakan dalam proses pengolahan data statistik menggunakan aplikasi SPSS.

Penggunaan metode MSI dalam penelitian ini bertujuan agar data hasil penelitian dapat memenuhi syarat pengujian statistik parametrik sehingga hasil analisis mengenai pengaruh *Personal Selling* terhadap Minat Nasabah pada Tabungan *Easy Wadiah* melalui kegiatan grebeg pasar dapat dilakukan secara lebih akurat dan objektif.

3.2.5.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas penting dilakukan karena analisis regresi linier sederhana mensyaratkan data residual berdistribusi normal agar hasil pengujian statistik dapat digunakan secara tepat. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan program Statistical Product and Service Solutions (SPSS).

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi (Asymp. Sig.) $> 0,10$ maka data berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi (Asymp. Sig.) $< 0,10$ maka data tidak berdistribusi normal.

Apabila data penelitian berdistribusi normal, maka model regresi dapat digunakan untuk melakukan pengujian lebih lanjut terhadap pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan *Easy Wadiah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas atau memiliki varians residual yang konstan (homoskedastisitas).

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode Glejser dengan bantuan program Statistical Product and Service Solutions (SPSS). Pengujian dilakukan dengan meregresikan nilai residual absolut terhadap variabel independen, yaitu *Personal Selling*.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,10$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,10$ maka terjadi heteroskedastisitas.

Apabila hasil pengujian menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas, maka model regresi dalam penelitian ini dinyatakan layak digunakan untuk menganalisis pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan *Easy Wadiah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa.

3.2.5.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan *Easy Wadiah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa. Model persamaan regresi linier sederhana yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Minat nasabah

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = *Personal Selling*

e = Error

3.2.5.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji t atau uji parsial. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel *Personal Selling* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan *Easy Wadiah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa. Pengujian dilakukan melalui hasil analisis regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikansi $< 0,10$, maka variabel *Personal Selling* berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah.
2. Apabila nilai signifikansi $> 0,10$, maka variabel *Personal Selling* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah.

Selain itu, pengambilan keputusan juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, yaitu:

1. Jika t hitung $> t$ tabel, maka hipotesis diterima, yang berarti terdapat pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah.
2. Jika t hitung $< t$ tabel, maka hipotesis ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah.

3.2.5.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen dalam suatu model penelitian. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel *Personal Selling* dalam menjelaskan perubahan pada variabel minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan *Easy Wadiah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa.

Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R Square (R^2) yang diperoleh dari hasil analisis regresi. Nilai R^2 berada pada rentang antara 0 sampai dengan 1.

Interpretasi terhadap nilai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai R^2 mendekati angka 1, maka variabel *Personal Selling* memiliki kemampuan yang besar dalam menjelaskan variasi minat nasabah.
2. Apabila nilai R^2 mendekati angka 0, maka kemampuan variabel *Personal Selling* dalam menjelaskan variasi minat nasabah relatif kecil.

Dengan demikian, nilai koefisien determinasi dapat menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel *Personal Selling* terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan *Easy Wadiah*.