

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan inti dari sebuah studi. Dalam penelitian ini, objek utamanya adalah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk (bank bjb) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manonjaya, yang secara struktural beroperasi di bawah naungan Kantor Cabang (KC) Kabupaten Tasikmalaya. Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *personal selling* sebagai instrumen komunikasi pemasaran langsung yang dijalankan oleh pihak bank terhadap keputusan nasabah dalam menabung produk Simpanan Pelajar (SimPel). Penelitian ini memiliki variabel independen berupa *personal selling* (X), dan variabel dependen berupa keputusan nasabah (Y). Populasi yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah para orang tua siswa Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) di Kecamatan Manonjaya yang sudah menjadi nasabah aktif pada produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manonjaya.

3.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan

Bank bjb adalah salah satu bank umum milik Pemerintah Daerah Jawa Barat dan Banten yang menempati posisi strategis dalam industri perbankan nasional. Sebagai bank Pembangunan Daerah, bank bjb melayani berbagai segmen nasabah yang

mencakup perorangan, karyawan, koperasi, Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), Badan Usaha Milik Negara (BUMN), serta berbagai institusi pemerintah maupun swasta. Memasuki tahun 2026, jaringan kantor dan layanan bank bjb telah mengalami ekspansi yang sangat massif dibandingkan satu dekade lalu.

Berdasarkan informasi dari website resmi bank bjb tahun 2026, bank bjb didukung oleh jaringan yang mencakup 64 kantor cabang, 797 Kantor Cabang Pembantu (KCP), 200 *Cash Recycle Machine* (CRM). Jangkauan operasional bank juga diperkuat dengan penyediaan infrastruktur *digital* dan fisik berupa 1.754 unit ATM, serta layanan khusus seperti Weekend Banking dan Precious Corner yang tersebar di berbagai wilayah strategis di Indonesia.

3.1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Sejarah perkembangan bank bjb mencerminkan perjalanan Panjang dari sebuah bank daerah hingga menjadi salah satu bank umum nasional terkemuka.

- Pendirian Dan Nasionalisasi Tahun 1961 Berdirinya bank bjb dilatarbelakangi oleh kebijakan nasionalisasi Perusahaan milik Belanda melalui PP RI No. 33 Tahun 1960. Salah satu Perusahaan yang dinasionalisasi di Bandung adalah De Erste Nederlansche Indische Shareholding N.V. (sebuah bank hipotek). Sebagai tindak lanjut, pada tanggal 20 Mei 1961, pemerintah Provinsi Jawa Barat resmi mendirikan PD Bank Karya Pembangunan Daerah (BPD) Jabar guna mempertegas identitasnya sebagai institusi Pembangunan daerah. Pada saat itu,

bank memulai operasionalnya dengan modal dasar sebesar Rp2.500.000,00 yang berasal dari Kas Daerah.

- Perubahan Badan Usaha (1972-1978) Berdasarkan Peraturan Daerah No. 11 Tahun 1972, kedudukan hukum bank disempurnakan. Kemudian, pada 27 Juni 1978, nama Perusahaan resmi diubah menjadi Bank Pembangunan Daerah (BPD) Jawa Barat. Hal ini mempertegas identitasnya sebagai institusi Pembangunan daerah di wilayah Jawa Barat.
- Peningkatan Aktivitas Menjadi Bank Umum Devisa (1992-1995) Seiring dengan kinerja yang terus tumbuh, pada 2 november 1992, melalui SK Bank Indonesia No. 25/84/KEP/DIR, status BPD Jawa Barat resmi 8 meningkatkan menjadi Bank Umum Devisa. Peningkatan status ini memungkinkan bank untuk melayani transaksi internasional. Kemudian pada tahun 1995, berdasarkan Perda No. 11 Tahun 1995, bank mulai menggunakan nama sebutan Bank Jabar dengan memperkenalkan logo yang lebih modern.
- Transformasi Menjadi Perseroan Terbatas (1998-1999) Era reformasi membawa perubahan pada regulasi perbankan daerah. Berdasarkan Perda No.22 Tahun 1998, Bentuk hukum bank berubah dari Perusahaan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT). Perubahan ini disahkan melalui Akta Notaris Popy Kuntari Sutresna, S.H., pada April 1999 dan mendapatkan pengesahan dari Menteri Kehakiman RI. Transformasi ini bertujuan untuk meningkatkan

fleksibilitas bank dalam mencari permodalan dan memperluas jangkauan bisnis secara profesional.

- Inovasi *Dual Banking System* (2000) Pada 15 April 2000, Bank Jabar mencatatkan prestasi sebagai BPD pertama di Indonesia yang menerapkan *dual banking system*. Berdasarkan izin Bank Indonesia No.2/18/DPG/DPIP, bank secara resmi menjalankan operasional berdasarkan prinsip perbankan konvensional sekaligus perbankan syariah guna memenuhi kebutuhan masyarakat Jawa Barat yang religious dan dinamis.
- Evolusi Nama Menjadi Bank Jabar Banten (2007) Seiring dengan pemekaran wilayah Banten, identitas bank Kembali disesuaikan. Melalui SK Gubernur BI No. 9/63/KEP.GBI/2007 nama resmi 9 Perseroan berubah menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten pada November 2007, dengan sebutan (*Call name*) Bank Jabar banten
- *Rebranding* Menjadi bank bjb (2010- Sekarang) Melalui Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPS-LB) pada 21 April 2010, Perusahaan memutuskan untuk melakukan perubahan *branding* secara total. Pada tanggal 8 Agustus 2010, nama sebutan "Bank Jabar Banten" resmi disingkat dan di *branding* ulang menjadi bank bjb. Langkah ini diikuti dengan perubahan logo dan pemberlakuan *Brand Identity Guidelines* yang mencerminkan identitas bank yang modern, ramah, namun tetap kokoh dalam melayani masyarakat di seluruh penjuru Indonesia.

3.1.1.2 Profil Perusahaan

Tabel 3. 1 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan	PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk.
Nama Panggilan	bank bjb
Bidang Usaha	Perbankan
Dasar Hukum Pendirian	Akta No. 4 Tahun 1999 yang dibuat dihadapan Ny. Popy Kuntari Sutresna SH. Notaris di Bandung tanggal 8 April 1999 berikut Akta Perbaikan Nomor 8 Tanggal 15 April 1999 yang telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI tanggal 16 April 1999, bentuk hukum Bank Jabar diubah dari Perusahaan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT).
Tanggal Pendirian	20 Mei 1961
Kepemilikan	• Pemda Provinsi Jawa Barat (38,52%) • Pemda Provinsi Banten (4,95%) • Pemda Kota dan Kabupaten Se-Jawa Barat (24,15%) • Pemda Kota dan Kabupaten Se-Banten (7,93%) • Publik (24,45%)
Modal Dasar	Rp.4.000.000.000.000,-
Modal Ditempatkan dan disetor penuh	Sebanyak 9.838.787.161 lembar saham dengan nilai nominal sebesar Rp2.459.696.790.250
Pencatatan di Bursa Efek Indonesia	8 Juli 2010
Kode Saham	BJBR

Data Anak Perusahaan	• bank bjb Syariah (99,24%) - Perbankan - Bank Umum Syariah • PT BPR Intan Jabar (10,92%) - Perbankan - Bank Perekonomian Rakyat • PT bjb Sekuritas Jawa Barat (93,75%) - Perusahaan Efek Daerah • PT Bank Pembangunan Daerah Bengkulu 15,52% - Perbankan - Bank Pembangunan Daerah • PT Bank Pembangunan Daerah Jambi 7,75% - Perbankan - Bank Pembangunan Daerah
Data Terafiliasi Perusahaan	• Asuransi 1. PT. Asuransi Bangunan Askrida • BPR 1. PT. BPR Serang 2. PT. BPR Berkah 3. PT. BPR Bogor Jabar 4. PT. BPR Cianjur Jabar 5. PT. BPR Indramayu Jabar 6. PT. BPR Lebak Sejahtera 7. PT. BPR Cipatujah Jabar 8. PT. BPR Kerta Raharja Gemilang 9. PT. BPR Karya Utama Jabar
Jumlah Jaringan Kantor	• 1 Kantor Pusat • 5 Kantor Wilayah • 64 Kantor Cabang • 797 Kantor Cabang Pembantu (KCP) • 1.754 ATM Bank bjb • 200 Cash Recycle Machine (CRM) • 6 Sentra UMKM • 17 Layanan bjb Prioritas • 10 Layanan Weekend Banking
Website	www.bankbjb.co.id
Email Perusahaan	corsecbjb@bankbjb.co.id

Email Pengaduan Nasabah	bjbcare@bankbjb.co.id
Call Center	14049
Alamat Korespondensi	Divisi Corporate Secretary • Menara bank bjb • Jl.Naripan No.12-14 Bandung 40111 • Tel: (+6222)-4234868 • Fax: (+6222)-4206099 • Call Center: 14049 • Website: www.bankbjb.co.id • Email: corsecbjb@bankbjb.co.id

Sumber: www.bankbjb.co.id

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

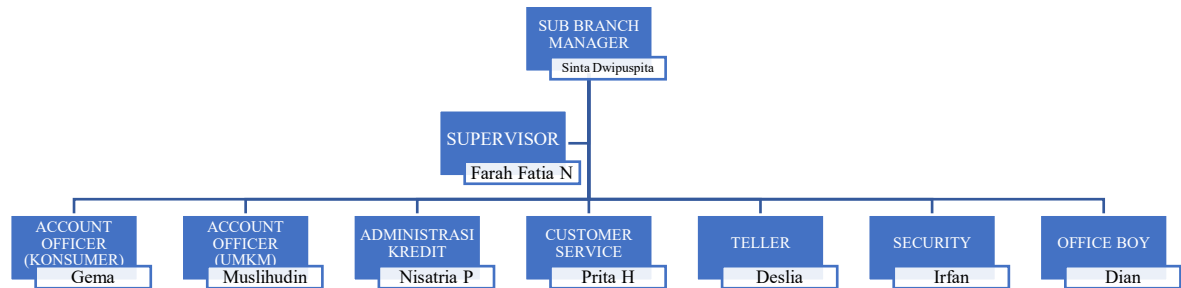
- a. Visi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk.

“Menjadi Bank Pilihan Utama Anda (*Become Your Preferred Bank*)”

- b. Misi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk.

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

3.1.3 Struktur Organisasi bank bjb KCP Manonjaya



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bank bjb KCP Manonjaya

Sumber: bank bjb KCP Manonjaya, 2026

3.1.4 Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) bank bjb

Simpanan Pelajar (SimPel) adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Program terbaru yang di gagas kan oleh OJK ini dijalankan melalui bank umum dan bank syariah. Saat pertama kali diperkenalkan ke masyarakat Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) ikut didukung oleh 8 bank umum konvensional dan 6 bank umum syariah. Kedelapan bank umum konvensional ini adalah bank mandiri, BNI, BRI, BCA, BTN, bank bjb, bank permata, dan bank jatim.

Sedangkan untuk versi syariah bank yang turut membantu memasarkan Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) adalah bank muamalat, bank syariah mandiri, BRI Syariah, BNI syariah, BCA Syariah, dan bank panin syariah. Para orang tua bisa mendaftarkan Simpanan Pelajar anaknya di bank-bank tersebut (Ayun Damayanti, 2017).

Simpanan pelajar bertujuan untuk meningkatkan budaya menabung di kalangan siswa PAUD, TK, SD, SMP, SMA, Madrasah (MI,MTs,MA) atau sederajat yang Dimana merupakan titipan dari satu pihak ke pihak lain baik individu maupun lembaga yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat bila pemilik menghendakinya.

1. Syarat dan ketentuan umum

- a. Nasabah WNI perorangan berusia di bawah 17 tahun (belum memiliki KTP).
- b. Nasabah merupakan siswa PAUD, TK, SD, SMP, SMA, Madrasah (MI,MTs,MA) atau sederajat.
- c. 1 orang nasabah = satu rekening Simpanan Pelajar (SimPel) di satu bank.
- d. Tidak diperbolehkan bagi badan usaha/badan hukum, QQ (Qualitate Qua), ataupun *Joint Account*.
- e. Produk SimPel saat ini dapat dipasarkan secara kolektif didahului dengan adanya perjanjian Kerjasama (PKS) antara sekolah dengan bank maupun tanpa PKS. Keunggulan dari Tabungan SimPel ini setoran awal ringan, Gratis biaya administrasi Tabungan, gratis biaya penggantian buku Tabungan karena sebab apapun.

2. Keunggulan Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel)

- a. Setoran awal yang ringan, memberikan aksesibilitas bagi seluruh pelajar dengan persyaratan setoran awal yaitu mulai dari Rp 5.000,-
- b. Persyaratan pembukaan rekening yang mudah, proses pendaftaran disesuaikan dengan status pelajar.
- c. Gratis Biaya Administrasi Tabungan perbulan, dan tidak ada pemotongan biaya administrasi bulanan, sehingga saldo tabungan siswa tidak akan berkurang.
- d. Pembukaan rekening dapat dilakukan secara mandiri maupun kolektif melalui sekolah.
- e. Fasilitas transaksi siswa mendapatkan buku Tabungan dan mendapatkan fasilitas kartu ATM/Kartu Debet dengan jenis kartu silver yang dapat digunakan untuk bertransaksi dilebih dari 1000 ATM dan *Marchant* yang tersebar di seluruh Indonesia.
- f. Keamanan terjamin, sebagai produk perbankan resmi, dana Simpanan Pelajar dikelola secara profesional dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2023), pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dengan

pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Dalam konteks penelitian ini, hubungan yang dianalisis adalah hubungan kausal (sebab-akibat) yang menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam konteks penelitian ini, yang menjadi variabel independen (X) adalah *personal selling* (komunikasi pemasaran tatap muka oleh staf bank bjb KCP Manonjaya), sedangkan variabel dependen (Y) adalah Keputusan nasabah dalam menabung pada produk Simpanan Pelajar (SimPel) di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *personal selling* terhadap keputusan nasabah menabung secara mendalam melalui data numerik yang diperoleh dari kuesioner.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Ghozali, H (2021) definisi Operasionalisasi variabel merupakan penjelasan tentang bagaimana suatu variabel akan diukur dalam sebuah penelitian, dengan tujuan untuk menunjukkan cara pengukuran suatu konsep sehingga konsep tersebut dapat diteliti atau diukur secara empiris. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk memberikan Gambaran yang jelas mengenai indikator-indikator yang diukur dalam penelitian ini. Penelitian menggunakan skala *likert* 1-5 untuk mengukur setiap pernyataan.

Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Personal Selling</i> (X)	<i>Personal selling</i> adalah kegiatan komunikasi langsung antara tenaga pemasaran dengan calon nasabah untuk mempengaruhi keputusan melalui interaksi tatap muka (Kotler & Armstrong, 2018).	Pendekatan Awal (<i>Approach</i>)	- Keramahan tenaga pemasaran	Ordinal (<i>Likert</i>)
			- Kesopanan dalam berkomunikasi	
			- Kemampuan menarik perhatian	
			- Kejelasan memperkenalkan produk	
		Presentasi (<i>Presentation</i>)	- Kejelasan penjelasan produk	Ordinal (<i>Likert</i>)
			- Kemampuan menjelaskan manfaat produk	
			- Kemampuan menjawab pertanyaan	
			- Penyampaian mudah dipahami	
		Penanganan Keberatan (<i>Handling Objection</i>)	- Kemampuan menjawab keraguan	Ordinal (<i>Likert</i>)
			- Memberikan penjelasan meyakinkan	
			- Kesabaran melayani	
			- Memberikan solusi yang sesuai	
		Penutupan Penjualan (<i>Closing</i>)	- Kemampuan meyakinkan	Ordinal (<i>Likert</i>)
			- Mengarahkan pengambilan keputusan	
			- Kejelasan prosedur	
			- Kemudahan proses	

		Tindak Lanjut (<i>Follow Up</i>)	- Kesiediaan membantu setelah transaksi - Kemudahan dihubungi - Pemberian informasi lanjutan - Perhatian terhadap kebutuhan nasabah	Ordinal (<i>Likert</i>)
Keputusan Nasabah (Y)	Keputusan nasabah adalah proses pemilihan suatu produk atau jasa berdasarkan kebutuhan, pertimbangan informasi, dan evaluasi alternatif hingga akhirnya memutuskan untuk menggunakan produk (Kotler & Keller, 2016).	Pilihan Produk (<i>Product Choice</i>)	- Kesesuaian produk dengan kebutuhan - Manfaat produk sesuai harapan - Ketertarikan terhadap produk	Ordinal (<i>Likert</i>)
		Pilihan Merek (<i>Brand Choice</i>)	- Kepercayaan terhadap merek - Reputasi merek - Keyakinan memilih merek	Ordinal (<i>Likert</i>)
		Pilihan Saluran (<i>Channel Choice</i>)	- Kemudahan akses layanan - Kenyamanan dalam memperoleh produk - Ketersediaan layanan	Ordinal (<i>Likert</i>)
		Waktu Keputusan (<i>Purchase Timing</i>)	- Ketepatan waktu mengambil keputusan - Kecepatan dalam memutuskan - Pengaruh situasi terhadap keputusan	Ordinal (<i>Likert</i>)

		Jumlah/Intensitas (<i>Purchase Amount</i>)	- Kesiediaan menggunakan produk	Ordinal (<i>Likert</i>)
			- Komitmen menggunakan produk	Ordinal (<i>Likert</i>)
			- Intensitas penggunaan produk	

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan, tepat, dan dapat dipercaya. Adapun untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi Partisipatif

Menurut Sugiyono (2023:203), dalam observasi partisipatif, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau digunakan sebagai sumber data penelitian. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap pelaku yang nampak di lokasi penelitian, yakni pada lingkungan kantor bank bjb KCP Manonjaya maupun saat pelaksanaan sosialisasi produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) kepada orang tua siswa PAUD.

Data yang diperoleh melalui observasi partisipatif dalam penelitian ini meliputi pengamatan langsung terhadap aktivitas *personal selling* yang dilakukan oleh petugas bank bjb KCP Manonjaya. Hal ini mencakup cara petugas melakukan pendekatan (*Approach*), teknik presentasi produk Simpanan Pelajar

(SimPel) kepada orang tua siswa PAUD, hingga bagaimana petugas menangani keberatan dari calon nasabah di lapangan.

b. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara (Sugiyono, 2023:345). Dalam hal ini peneliti mewawancarai pegawai bank bjb KCP Manonjaya yakni Ibu Sinta Dwipuspita selaku pimpinan bank bjb KCP Manonjaya dan Ibu Prita Hafsari selaku *Customer service* Wawancara dilakukan secara intensif untuk mendapatkan informasi yang akurat mengenai jumlah populasi orang tua siswa PAUD di wilayah Kecamatan Manonjaya, serta bagaimana implementasi penawaran produk Simpanan Pelajar (SimPel) data yang diperoleh berfungsi sebagai dasar dalam menentukan kerangka sampel.

Adapun teknik yang digunakan peneliti adalah wawancara tidak terstruktur, di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis. Wawancara dilakukan secara spontan dan mengalir, namun tetap berfokus pada tujuan penelitian. Hal ini memungkinkan peneliti menggali informasi secara fleksibel dengan arah pertanyaan yang berkembang dinamis sesuai respons informan di lapangan.

c. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pemberian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik ini dinilai efektif karena peneliti telah mengetahui dengan jelas variabel yang akan diukur, yaitu pengaruh *personal selling* terhadap keputusan nasabah, serta memahami apa yang diharapkan dari responden (Sugiyono, 2023:199).

Pemilihan kuesioner sebagai instrumen utama didasarkan pada pertimbangan efektivitas dan efisiensi dalam menjangkau responden yang memiliki keterbatasan waktu. Kuesioner ini disusun secara sistematis berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian yang telah ditentukan, sehingga setiap pernyataan mampu mencerminkan aspek-aspek nyata dari pengalaman responden saat menerima sosialisasi produk Simpanan Pelajar (SimPel).

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Untuk jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini, pengumpulan data yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. Jenis data

Penelitian ini jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif, karena penelitian ini menguji hipotesis, dimana variabel independennya adalah *personal selling* (X), dan variabel dependen adalah keputusan nasabah (Y). Hasil dari data tersebut nantinya akan diukur dan diolah menggunakan analisis statistik yang

diukur menggunakan angka atau skor hasil dari pernyataan kuesioner responden. Dalam upaya mengolah data serta menjawab permasalahan penelitian, peneliti melakukan proses pengumpulan sumber data. Pada penelitian ini, sumber data diperoleh sebagai berikut:

2. Sumber Data

Dalam upaya mengolah data dan menemukan Solusi atas permasalahan yang dihadapi, peneliti melakukan proses pengumpulan data. Pada penelitian ini, data diperoleh dari:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari pemilik data kepada pengumpulan data (Sugiyono, 2023:9). Data primer ini diperoleh langsung dari sumbernya melalui penyebaran kuesioner kepada responden, yaitu kepada orang tua siswa PAUD di Kecamatan Manonjaya yang telah membuka tabungan Simpanan Pelajar (SimPel). Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan pihak bank bjb KCP Manonjaya serta melakukan observasi langsung terhadap aktivitas *personal selling* atau sosialisasi yang dilakukan oleh petugas bank di lapangan untuk memperkuat informasi yang dibutuhkan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh peneliti melalui media perantara yang telah dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya (Sugiyono, 2023:9). Data sekunder dalam penelitian ini mencakup Sejarah

singkat instansi, struktur organisasi, serta data jumlah nasabah atau target kepesertaan produk Simpanan Pelajar (SimPel) pada bank bjb KCP Manonjaya. Selain itu, data sekunder juga bersumber dari literatur, jurnal penelitian terdahulu.

Data sekunder pada penelitian ini didapatkan dari bagian *customer service* bank bjb KCP Manonjaya untuk mengetahui jumlah nasabah yang sudah membuka rekening Simpanan Pelajar (SimPel) di kalangan Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) di Kecamatan Manonjaya.

Dalam penelitian ini, digunakan kuesioner yang menyediakan pernyataan untuk dipilih oleh responden. Kuesioner ini menggunakan skala bertingkat, yaitu skala *likert*. Menurut Sugiyono (2023:146) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Pada kuesioner tersebut terdapat lima pilihan yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Setiap pilihan pernyataan tersebut akan diberi skor, dengan skor 1-5. Berikut ini adalah kriteria penilaian yang digunakan pada skala *likert*.

Tabel 3. 3 Skala Pengukuran

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

Sumber: Diolah penulis, 2026

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Dalam hal ini populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023:126).

Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi sasaran adalah seluruh orang tua siswa Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) di Kecamatan Manonjaya yang tercatat sebagai nasabah aktif tabungan Simpanan Pelajar (SimPel). Berdasarkan data yang diperoleh, terdapat potensi sebanyak 1.149 orang tua siswa PAUD di wilayah Kecamatan Manonjaya yang menjadi target sasaran dari produk tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) pada bank bjb KCP Manonjaya, data ini diperoleh melalui hasil wawancara dengan *customer service* pada bank bjb KCP Manonjaya.

Populasi ini dipilih sebagai subjek penelitian karena keputusan pembukaan rekening Simpanan Pelajar (SimPel) pada jenjang Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) sepenuhnya berada di tangan orang tua sebagai pengambilan keputusan utama. Penggunaan total populasi siswa PAUD ini dimaksudkan untuk melihat sejauh mana efektifitas *personal selling* yang dilakukan bank terhadap seluruh potensi pasar yang ada di Kecamatan Manonjaya.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2023:127), Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dijadikan sebagai sumber data dalam penelitian. Teknik *Sampling* adalah teknik pengambilan sampel. Dalam sebuah penelitian, teknik sampling atau metode pengambilan sampel adalah elemen yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan penelitian. Teknik *sampling* merujuk pada prosedur atau metode yang digunakan untuk memilih sebagian anggota dari populasi secara keseluruhan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *sampling* yang digunakan adalah *Non-probability Sampling*. *Non-probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2023:288). Teknik *non-probability sampling* memiliki beberapa metode yang meliputi *sampling* sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh dan *snowball*. Dari beberapa metode teknik *non-probability sampling* penulis menggunakan metode *Purposive Sampling* dalam pengambilan sampel, menurut Sugiyono (2023:133) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan tertentu, di mana peneliti memilih sampel sesuai dengan kriteria-kriteria spesifik yang relevan dengan tujuan penelitian.

Penggunaan teknik ini bertujuan untuk memastikan bahwa responden yang terpilih benar-benar memiliki pengalaman langsung terhadap fenomena yang diteliti. Mengingat adanya keterbatasan waktu penelitian serta luasnya jangkauan sebaran

responden, peneliti tidak mengambil keseluruhan populasi untuk diteliti, melainkan menggunakan sampel yang dianggap representatif. Untuk memastikan akurasi data mengenai pengaruh yang terjadi, responden yang diambil dalam penelitian ini wajib memenuhi kriteria spesifik sebagai berikut:

1. Orang tua siswa Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) yang sekolahnya berada di wilayah Kecamatan Manonjaya
2. Telah mendapatkan sosialisasi atau paparan langsung mengenai produk Simpanan Pelajar dari pihak bank bjb KCP Manonjaya sebagai bentuk implementasi *personal selling*.
3. Telah memutuskan untuk melakukan pembukaan rekening Tabungan Simpanan Pelajar dan tercatat sebagai nasabah aktif di bank bjb KCP Manonjaya

Kriteria tersebut ditetapkan untuk melihat korelasi nyata antara aktivitas *personal selling* terhadap keputusan nasabah dalam menabung. Selanjutnya, dari populasi yang memenuhi kriteria tersebut,

Untuk tetap menjaga tingkat keterwakilan data di tengah keterbatasan waktu yang ada, peneliti menggunakan Rumus *slovin* guna menentukan jumlah sampel minimal yang dapat mewakili populasi sebesar 1.149 orang tua siswa PAUD, dengan mempertimbangkan aspek teknis di lapangan, peneliti menetapkan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10% ($e = 0,10$), peneliti menggunakan perhitungan Rumus *slovin* sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Jumlah Sampel yang diperlukan

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan sampel (10%)

Pengambilan Tingkat kesalahan 10% dipilih karena keseimbangan antara akurasi data dan fleksibilitas penelitian di lapangan. Tingkat kesalahan ini dinilai tetap memadai untuk penelitian yang bersifat eksplanatori pada bank bjb KCP Manonjaya. Dengan jumlah populasi sebanyak 1.149 orang tua siswa PAUD, penggunaan *margin of error* 10% dinilai masih dapat mewakili populasi secara memadai dalam penelitian kuantitatif ini.

Apabila digunakan tingkat kesalahan yang lebih kecil, seperti 5%, maka jumlah sampel yang dibutuhkan akan lebih besar dan berpotensi menyulitkan proses pengumpulan data dalam keterbatasan waktu di lapangan. Oleh karena itu, tingkat kesalahan 10% dipilih sebagai batas toleransi yang realistis untuk mendapatkan 92 responden, tanpa mengurangi validitas hasil penelitian secara signifikan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus *slovin* ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

perhitungan:

$$n = \frac{1.149}{1 + 1.149 (0,10^2)}$$

$$n = \frac{1.149}{1 + 1.149 (0,01)}$$

$$n = \frac{1.149}{1 + 11,49}$$

$$n = \frac{1.149}{12,49}$$

$$n = 92,01 (\text{dibulatkan menjadi } 92)$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, populasi yang ditetapkan adalah seluruh orang tua siswa Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) di Kecamatan Manonjaya yang menjadi nasabah aktif produk Simpanan Pelajar (SimPel) di bank bjb KCP Manonjaya sebanyak 1.149 orang. Mengingat besarnya jumlah populasi tersebut, maka dilakukan penarikan sampel menggunakan rumus *slovin* dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka sampel yang didapat dan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 92 responden.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian ini merupakan suatu pendekatan yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh *personal selling* terhadap keputusan nasabah dalam menabung Produk Simpanan Pelajar (SimPel) PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk. Dengan fokus studi pada Orang Tua Siswa Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) di Kecamatan Manonjaya).

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang menetapkan dua variabel, yaitu satu variabel bebas (*independen*) dan satu variabel terikat (*dependen*). Berikut adalah susunan variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Variabel Bebas (*Independen*)

Variabel independent yaitu variabel bebas yang merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2023:69). Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, atau variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel lainnya. Dalam konteks penelitian ini, variabel *independen* adalah *personal selling* (X), yaitu bentuk komunikasi langsung secara tatap muka antara tenaga penjual dengan calon nasabah untuk memperkenalkan, memberikan pemahaman, serta membujuk nasabah agar tertarik menggunakan produk atau layanan jasa perbankan yang ditawarkan.

2. Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel *dependen* merupakan variabel terikat yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2023:69). Variabel ini merupakan fokus utama penelitian karena nilainya bergantung pada perubahan variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel terikat adalah keputusan nasabah (Y), yaitu tahapan dimana nasabah secara nyata melakukan tindakan untuk memilih, membeli, dan menggunakan layanan atau produk perbankan setelah melalui proses evaluasi dan pertimbangan atas informasi yang diterima.



Gambar 3.2 Model Penelitian
Sumber: Data diolah oleh penulis, 2026

Dengan demikian, penelitian ini secara umum bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara *personal selling* (variabel bebas) terhadap keputusan nasabah dalam menabung produk Simpanan Pelajar (SimPel) (variabel terikat) di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk KCP Manonjaya.

3.2.5 Teknik Analisis Data

3.2.5.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan tahap awal dalam pengolahan data penelitian, bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data yang telah dikumpulkan. Melalui analisis ini, peneliti dapat memahami kondisi data secara menyeluruh sebelum melakukan analisis lanjutan, seperti uji asumsi klasik atau pengujian hipotesis. Statistik deskriptif memberikan ringkasan tentang distribusi data,

statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, jumlah (sum), rentang (range), kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi) (Ghozali, H, 2021:19). Analisis ini membantu peneliti memahami karakteristik utama data kualitatif dan kuantitatif, serta memberikan dasar untuk memahami variabilitas dan pola yang terdapat dalam data. Jawaban dari responden kemudian dihitung frekuensinya, dijumlahkan, dan selanjutnya dicari nilai rata-rata (mean) menggunakan pendekatan statistik nonparametrik. Nilai rata-rata tersebut kemudian dimasukkan ke dalam garis kontinum untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden terhadap variabel yang diteliti, yaitu *personal selling* dan keputusan nasabah. Kategori penilaian ditentukan berdasarkan Nilai Jenjang Interval (NJI), yang dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

3.2.5.2 Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas adalah untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang karena dianggap tidak relevan. Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang ingin diukur (Ghozali, H, 2021:66). Dalam konteks ini, uji validitas memastikan bahwa pertanyaan atau item yang digunakan untuk

mengukur *personal selling* dan keputusan nasabah benar-benar mencerminkan aspek-aspek yang ingin diukur, sehingga data yang dikumpulkan dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut. Validitas diuji menggunakan *pearson correlation*, di mana *item* pertanyaan dianggap *valid* jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program computer SPSS 25 *for Windows*.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, H, 2021:61).

Untuk menguji reliabilitas instrument, peneliti menggunakan *Alpha Cronbach*. Nilai *Cronbach's Alpha* berkisar antara 0 hingga 1, dengan kriteria penafsiran sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,7$, maka data dianggap memiliki keandalan yang tinggi.
2. Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$, data dianggap memiliki keandalan yang kuat.
3. Jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,6$, data dianggap belum dapat diandalkan.

Pengujian *Reliabilitas* dilakukan dengan bantuan SPSS 25 *for Windows*.

3.2.5.3 *Method of Successive Intervals (MSI)*

Dalam penelitian ini *Method of Successive Intervals (MSI)* digunakan untuk mengubah data berskala ordinal menjadi skala interval. Hal ini berlaku untuk variabel dependen dan variabel independent. Menurut (Sugiyono, 2019) langkah-langkah dalam menggunakan *Method of Successive Intervals (MSI)* sebagai berikut:

- a. Memperhatikan setiap butir tanggapan responden dari kuesioner yang disebarkan.
- b. Setiap butir yang ditentukan akan dihitung masing-masing frekuensi tanggapan responden.
- c. Setiap frekuensi dibagi dengan banyak responden dan hasilnya disebut proporsi.
- d. Menentukan proporsi kumulatif dengan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan perkolom skor
- e. Menggunakan tabel distribusi normal, hitung nilai Z untuk proporsi kumulatif yang diperoleh
- f. Menentukan tinggi dengan densitas untuk setiap nilai yang diperoleh
- g. Menentukan nilai skala (*scale value/SV*)

$$SV = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

- h. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus:

$$Y = sv + [k]$$

$$K = 1 [SV \text{ min}]$$

3.2.5.4 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal (Ghozali, H, 2021:196). Uji ini akan dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan bantuan SPSS 25 *for Windows*. Kriteria pengujiannya adalah:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap sama, maka hal ini disebut Homoskedastisitas, sedangkan jika berbeda, maka disebut Heteroskedastisitas (Ghozali, H, 2021:178). Adapun penelitian ini menggunakan metode uji glejser. Jika nilai sig pada uji Glejser untuk setiap variabel bebas $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas atau disebut residual tidak sama. Jika nilai sig pada uji Glejser untuk setiap variabel bebas $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut varians residual yang sama

3.2.5.5 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menguji hubungan linier antara satu variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y) (Yusuf et al., 2024:71). Dalam penelitian ini, regresi linear sederhana dimanfaatkan untuk menguji hipotesis bahwa semakin efektif kegiatan *personal selling* (X) yang dilakukan oleh petugas bank, maka semakin tinggi Tingkat keputusan nasabah (Y) orang tua siswa Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) di Kecamatan Manonjaya untuk menabung pada produk Simpanan pelajar (SimPel) di bank bjb KCP Manonjaya.

Jika koefisien regresi menunjukkan nilai positif dan signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa *personal selling* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk Simpanan Pelajar (SimPel). Bentuk persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Variabel dependen (Keputusan Nasabah)

a = Konstanta

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan.

X = Variabel independen (*personal selling*)

3.2.5.6 Uji Hipotesis

Uji parsial atau bisa disebut juga uji T (*t-test*), adalah uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, H, 2021:219). Uji ini dilakukan untuk mengevaluasi apakah variabel independen (*personal selling*) memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (keputusan nasabah). Pengujian dilakukan dengan SPSS, dengan kriteria:

1. Jika nilai signifikan $< 0,05$, artinya, variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen
2. Jika nilai signifikan $> 0,05$, artinya, variabel independent tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

3.2.5.7 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi memberikan informasi tentang seberapa baik model regresi *linear* dapat menjelaskan variasi pada variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol hingga satu. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memiliki kemampuan yang sangat terbatas dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Sebaliknya, nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen hampir memberikan seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi dari dependen (Ghozali, H, 2021:247).