

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Unit Kawalu yang menggunakan atau berminat terhadap produk Kredit Program Perumahan (KPP). Pemilihan objek ini didasarkan pada peran Bank Rakyat Indonesia sebagai salah satu bank milik pemerintah yang memiliki jaringan luas serta aktif dalam menyalurkan berbagai produk pembiayaan kepada masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk mengetahui sejauh mana *Personal Selling* yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. berpengaruh secara nyata terhadap minat nasabah dalam memilih produk Kredit Program Perumahan (KPP), serta untuk mengetahui bagaimana *Personal Selling* dalam membentuk minat masyarakat terhadap produk pembiayaan perumahan yang relatif baru tersebut.

3.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan

Sejarah Bank Rakyat Indonesia didirikan oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja pada tahun 1895 di Purwokerto, Jawa Tengah. Pada awal pendiriannya, bank ini menggunakan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* yang bertujuan untuk membantu dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di daerah pedesaan. Purwokerto sendiri merupakan penerus ibu kota Karesidenan Banyumas setelah pusat pemerintahan dipindahkan dari Kota Banyumas ke Purwokerto. Pendirian bank ini tidak terlepas dari peran Wirjaatmadja sebagai tokoh lokal Banyumas yang dipercaya oleh pemerintah

kolonial Belanda, sehingga lembaga ini diharapkan mampu mendukung kesejahteraan masyarakat pribumi.

Selama BRI berdiri, kegiatan operasionalnya sempat terhenti akibat Perang Kemerdekaan Indonesia tahun 1948. Namun setelah terjadinya Perjanjian Renville pada tahun 1949, bank ini kembali beroperasi dengan nama Bank Rakyat Indonesia Serikat. Peristiwa tersebut menjadi bagian penting dalam perkembangan BRI sebagai lembaga keuangan yang mampu bertahan dan berkembang.

Pada tahun 1959, BRI tercatat sebagai bank pertama di Indonesia yang memperoleh status sebagai bank umum. Seiring dengan perkembangan perekonomian dan sektor keuangan nasional, BRI terus mengalami pertumbuhan hingga menjadi salah satu bank terbesar di Indonesia. Perkembangan ini menunjukkan eksistensi BRI dalam dunia perbankan nasional.

Saat ini BRI memiliki jaringan yang luas di seluruh Indonesia serta menyediakan berbagai layanan perbankan dan keuangan kepada masyarakat. Dalam sejarah perbankan Indonesia, BRI dikenal sebagai salah satu bank milik negara tertua yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi dari masyarakat, khususnya dalam memberikan layanan keuangan bagi masyarakat berpenghasilan rendah melalui pembiayaan mikro serta dukungan terhadap usaha kecil dan menengah (UMKM).

Selain itu, BRI juga telah memperluas jangkauannya ke tingkat internasional melalui kantor cabang dan *representative office* di berbagai negara. BRI didukung oleh sejumlah anak perusahaan yang bergerak di bidang asuransi, pembiayaan perdagangan, serta pembiayaan infrastruktur. BRI juga memiliki

komitmen dalam mendukung pembangunan ekonomi dan sosial di Indonesia dengan menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta berpartisipasi dalam berbagai program pemerintah maupun non-pemerintah.

BRI juga merupakan salah satu bank dengan kinerja keuangan dan operasional yang baik dan stabil. Selama bertahun-tahun, bank ini mampu mencapai target laba secara konsisten dengan tingkat pertumbuhan yang positif. Hal tersebut tercermin dari tingkat kesehatan bank yang tinggi, stabilitas operasional yang terjaga, serta rasio kredit bermasalah (*Non Performing Loan*) yang relatif rendah. BRI menawarkan berbagai program pembiayaan seperti Kredit Pendidikan, Kredit Perumahan, dan Kredit Pembangunan Desa yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta menerapkan prinsip perbankan berkelanjutan.

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi

The Most Trusted Lifetime Financial Partner For Sustainable Growth

2. Misi

a. Memberikan yang Terbaik

Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat

b. Menyediakan Pelayanan yang Prima

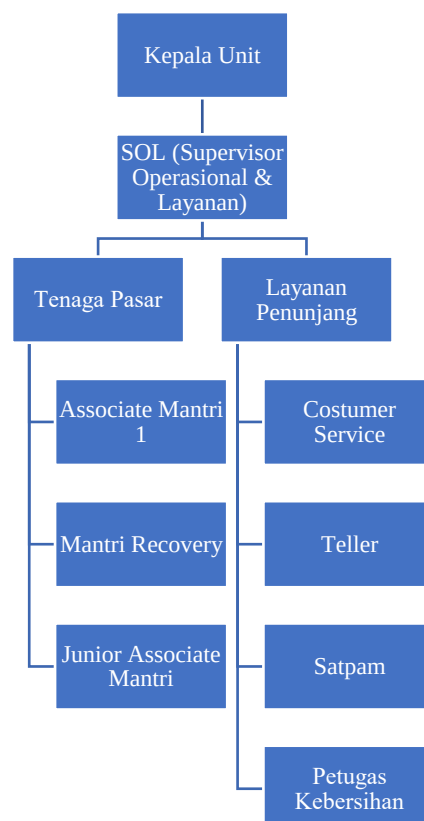
Memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis

kinerja (*performance-driven culture*), teknologi informasi yang handal dan *future ready*, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip operational dan risk management *excellence*.

c. Bekerja dengan Optimal dan Baik

Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik *Good Corporate Governance* yang sangat baik.

3.1.3 Struktur Organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia



Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kawalu

Sumber: Data diolah penulis, 2026

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena fokus utama penelitian adalah mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pendekatan ini dianggap sesuai untuk menjelaskan fenomena secara objektif melalui data berbentuk angka, sehingga hasilnya dapat diuji secara statistik. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Untuk memperoleh data, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif, karena bertujuan menguji hipotesis mengenai pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah melalui analisis statistik. Menurut Sugiyono (2019), metode deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk merumuskan masalah penelitian yang berfokus pada keberadaan suatu variabel mandiri, baik terdiri dari satu variabel maupun lebih, tanpa melihat hubungan antarvariabel. Sementara itu, metode verifikatif merupakan metode yang digunakan untuk membuktikan atau menguji hipotesis berdasarkan hasil penelitian deskriptif melalui analisis statistik, sehingga dapat diketahui apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi mengenai hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. (Abigail Soesana et al.,

2023) Variabel ini dibedakan menjadi dua, yaitu dalam penelitian ini variabel independen atau variabel bebas (X) adalah *Personal Selling* dan variabel dependen atau variabel terikat (Y) adalah minat nasabah.

1. Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen dalam penelitian ini ditandai dengan huruf “X” yaitu: *Personal Selling*. *Personal Selling* adalah interaksi tatap muka antara penjual dan calon konsumen dengan tujuan untuk membangun hubungan, menjelaskan produk, dan memengaruhi keputusan pembelian. Dalam konteks perbankan, *Personal Selling* dilakukan oleh tenaga pemasaran atau *account officer* untuk mengenalkan produk, memberi penjelasan, serta membangun kepercayaan calon nasabah.

2. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel independen dalam penelitian ini ditandai dengan huruf “Y” yaitu: Minat nasabah. Menurut Sugiyono (2019), variabel independen merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab perubahan maupun kemunculan variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, minat nasabah diartikan sebagai ketertarikan individu untuk menggunakan produk Kredit Program Perumahan (KPP) BRI yang ditunjukkan melalui rasa ingin tahu, keinginan, keyakinan, serta keputusan untuk membeli.

Agar mempermudah penyusunan instrument penelitian ini, diperlukan matriks pengembangan instrument yang sistematis. Matriks ini berfungsi untuk mengorganisasikan indikator, pernyataan, dan skala pengukuran sehingga

instrument menjadi lebih terstruktur dan mudah digunakan. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
1	2	3	4	5	6
1	<i>Personal Selling</i> (X)	<i>Personal Selling</i> adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. (Kotler & Armstrong, 2018)	<i>Prospecting & Qualifying</i>	a. Kemampuan mengidentifikasi calon nasabah potensial b. Ketepatan dalam menilai kebutuhan nasabah c. Kemampuan memilih target yang tepat	Ordinal
			<i>Preapproach</i>	a. Kesiapan informasi sebelum bertemu nasabah b. Pemahaman terhadap profil nasabah	Ordinal
			<i>Presentation</i>	a. Kemampuan menjelaskan produk dengan jelas b. Kemampuan menyampaikan manfaat produk	Ordinal
			<i>Handling Objections</i>	a. Kemampuan menjawab pertanyaan nasabah b. Kemampuan meyakinkan nasabah yang ragu	Ordinal
			<i>Closing</i>	a. Kemampuan mendorong keputusan nasabah b. Kejelasan dalam proses penawaran akhir	Ordinal

No	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
1	2	3	4	5	6
			<i>Follow Up</i>	a. Kemampuan menjaga hubungan dengan nasabah b. Tindak lanjut setelah penawaran dilakukan	Ordinal
2	Minat Nasabah (Y)	Minat nasabah merupakan kecenderungan perilaku seseorang untuk menggunakan produk perbankan berdasarkan ketertarikan dan kebutuhan (Ferdinand, 2014).	Transaksional	a. Ketertarikan mengajukan Kredit Program Perumahan b. Keinginan menggunakan kredit untuk kebutuhan hunian	Ordinal
			Referensial	a. Kesediaan merekomendasikan kepada orang lain b. Keinginan mengajak keluarga/kerabat menggunakan produk	Ordinal
			Preferensial	a. Menjadikan Kredit Program Perumahan BRI sebagai pilihan utama b. Lebih memilih dibanding produk lain	Ordinal
			Eksploratif	a. Mencari informasi terkait Kredit Program Perumahan b. Ketertarikan memahami manfaat dan mekanisme produk	Ordinal

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian sehingga data yang

didapat benar benar relevan, valid, dan dapat dipertanggung jawabkan. Menurut Sugiyono (2019), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah dengan menggunakan data primer. Adapun teknik yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2019:203), observasi merupakan metode pengumpulan data yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan teknik lainnya. Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung kondisi di lapangan guna memperoleh gambaran nyata mengenai situasi yang diteliti. Metode ini menjadi bagian dari proses pengumpulan data yang bertujuan untuk menarik kesimpulan berdasarkan fakta atau fenomena yang diamati di lapangan. Melalui metode ini, peneliti dapat memperoleh gambaran mengenai kondisi nyata objek yang diteliti serta melakukan pengujian terhadap hipotesis yang telah dirumuskan.

2. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Kawalu yang menggunakan maupun berminat terhadap produk Kredit Program Perumahan (KPP), serta pihak staf atau petugas yang terkait dengan tujuan memperoleh data kuantitatif yang mendalam mengenai persepsi, pengalaman, dan pandangan para responden terkait *Personal Selling* dalam produk KPP BRI. Menurut

Sugiyono (2019), menyatakan bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

3. Kuesioner (Angket)

Studi lapangan dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang menjadi sasaran penelitian. Menurut Sugiyono (2019:199), kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data terkait *Personal Selling* dan minat nasabah dari responden, yaitu nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Unit Kawalu yang menggunakan maupun berminat terhadap produk Kredit Program Perumahan (KPP). Kuesioner disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang tersedia

4. Studi Pustaka

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui penelaahan berbagai sumber literatur, seperti buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian untuk memperkuat landasan teori, memperjelas pendekatan metodologis, serta memperoleh informasi terkait penelitian sejenis yang berkaitan (Aziza et al., 2024:29). Dalam penelitian ini, studi kepustakaan digunakan sebagai dasar untuk menyusun landasan teori, kerangka pemikiran, serta hipotesis yang

berkaitan dengan pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah pada produk Kredit Program Perumahan (KPP) di BRI Unit Kawalu.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka dan dapat diolah serta dianalisis dengan berbagai metode statistik. Pemilihan data kuantitatif dilakukan karena bertujuan untuk mengetahui sejauh mana *Personal Selling* berpengaruh terhadap minat nasabah, sehingga diperlukan data yang terukur, objektif dan dapat dibandingkan secara sistematis. Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari. Data primer juga disebut dengan istilah data asli. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah maupun calon nasabah Bank BRI yang menggunakan atau berminat terhadap produk Kredit Program Perumahan (KPP) dan data observasi yang dilakukan dengan pihak Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Unit Kawalu. Data primer digunakan untuk mengukur persepsi, sikap dan minat nasabah terhadap *Personal Selling* serta produk KPP BRI dengan cara terukur dan dapat dipertanggung jawabkan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah dikumpulkan oleh pihak lain bukan dari peneliti sendiri atau data yang sudah disediakan oleh pihak lain.

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang telah tersedia, seperti dokumen internal Bank BRI, dan literatur ilmiah berupa buku, jurnal, maupun hasil penelitian terdahulu relevan. Data sekunder ini digunakan untuk menyediakan dasar teori dan pemahaman yang lebih luas bagi penelitian, sehingga dapat memperkuat analisis serta membandingkan temuan penelitian dengan studi sebelumnya.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner yang menggunakan skala Likert sebagai acuan pengukuran. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial tertentu. Setiap item instrument dalam kuesioner menggunakan skala Likert dengan tingkatan dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju.

Tabel 3.2 Skala Likert

Predikat, Notasi, Nilai Pernyataan Positif dan Negatif

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

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2019:126), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam

penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Kawalu yang berjumlah 43.800 nasabah. (Sumber: data sekunder PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Kawalu)

Populasi ini dipilih karena kelompok tersebut berkaitan langsung dengan kegiatan *Personal Selling* yang dilakukan oleh pihak bank, sehingga dapat memberikan informasi yang relevan mengenai pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah terhadap produk KPP. Oleh karena itu, seluruh nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Kawalu dinilai relevan untuk diteliti guna mengetahui hubungan antara *Personal Selling* dan minat nasabah pada produk KPP.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti dan dianggap dapat mewakili populasi penelitian yang memiliki karakteristik tertentu. Dalam menentukan sampel, diperlukan teknik sampling sebagai metode untuk memilih populasi yang akan dijadikan responden penelitian.

Teknik *sampling* pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2019:129), *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk terpilih menjadi anggota sampel. Sementara itu, *non-probability sampling* menurut Sugiyono (2019:131) merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel, melainkan berdasarkan kriteria tertentu.

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah teknik non-probability dengan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria khusus. Menurut Sugiyono (2019:133) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang menggunakan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Nasabah Aktif di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Unit Kawalu yang mendapat informasi atau pernah ditawari produk Kredit Program Perumahan (KPP)
- b. Nasabah berusia minimal 21 hingga 65 Tahun.

Untuk menentukan ukuran sampel digunakan rumus *Slovin*. Menurut Sugiyono (2017:87), rumus Slovin dapat membantu peneliti menentukan jumlah sampel yang tepat dengan mempertimbangkan tingkat kesalahan (*error tolerance*) yang masih bisa ditoleransi. Rumus slovin dituliskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah Populasi

1 = Konstanta

e^2 = Nilai Presisi (error). Dimana 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Berdasarkan rumus slovin diatas, maka:

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

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{43.800}{439} = 99,77 \approx 100$$

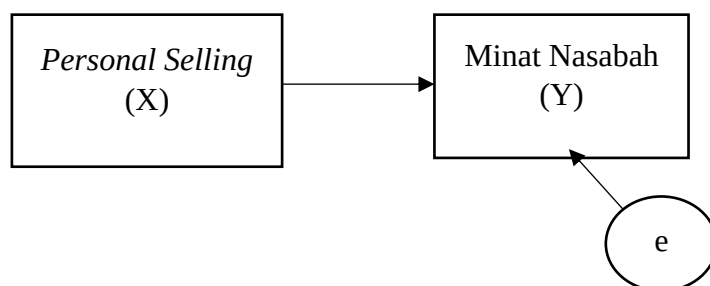
Dapat disimpulkan, bahwa berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan jumlah populasi sebesar 43.800 dan tingkat kesalahan 10%, diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Dengan demikian, jumlah sampel tersebut dianggap telah mewakili populasi dan dapat digunakan dalam penelitian.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian ini merupakan suatu pendekatan yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mengembangkan, dan menjelaskan pengaruh *Personal Selling* terhadap minat nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Unit Kawalu da produk Kredit Program Perumahan (KPP). Model penelitian diterapkan dalam pelaksanaan riset untuk mengidentifikasi, mengembangkan, serta menjelaskan hubungan antar variabel yang dikaji. Selain itu model penelitian juga berfungsi untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai variabel-variabel yang diteliti, sehingga dapat digunakan sebagai dasar pengujian hipotesis.

Dalam penelitian ini, variabel yang diteliti meliputi *Personal Selling* sebagai variabel independen (X) dan minat nasabah pada produk KPP BRI sebagai variabel dependen (Y). untuk menganalisis hubungan antar variabel, penelitian ini

menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Lebih jelasnya, model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

X (Variabel Bebas) = *Personal Selling*

Y (Variabel Terikat) = Minat Nasabah pada produk KPP BRI

e = *Error Humanity*

3.2.5 Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif sebagai metode analisis data. Analisis deskriptif digunakan untuk mengolah data yang diperoleh dari kuesioner dengan tujuan menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana respons nasabah terhadap variabel *Personal Selling* (X) dan minat nasabah (Y) pada produk KPP BRI. Menurut Sugiyono (2021:64), analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik satu variabel maupun lebih, tanpa membandingkan variabel tersebut dengan variabel lain atau mencari hubungan di antaranya.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert dipakai untuk mengukur jawaban

responden pada setiap indikator pernyataan, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban dari masing-masing kategori pilihan. Selanjutnya, jawaban responden dijumlahkan sehingga diperoleh skor total yang akan di analisis lebih lanjut.

Hasil rekapitulasi jawaban responden akan dihitung skor rata-ratanya menggunakan statistik non-parametik, yaitu *Mean*. Setelah ditemukan jumlahnya, maka dapat ditentukan intervalnya, yaitu sebagai berikut:

$$NJI = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria jawaban}}$$

Dimana:

- a. Nilai minimum: 1
- b. Nilai maksimum: 2
- c. Interval: $5 - 1 = 4$
- d. NJI (Nilai Jenjang Interval)

Untuk menghitung hasil kuesioner, data yang diperoleh dari responden perlu diolah terlebih dahulu agar dapat diketahui persentase dari setiap jawaban yang diberikan. Menurut Arikunto (2019:57), rumus persentase dapat dituliskan sebagai berikut:

$$X = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Dimana:

X = Jumlah persentase jawaban

F = Jumlah jawaban atau frekuensi

N = Jumlah responden

2. Uji Instrument Penelitian

A. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana alat ukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Arikunto (2019:80) menyatakan bahwa instrument yang valid mampu mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat, tidak menyimpang dari kenyataan yang ada. Artinya, jika suatu kuesioner disusun untuk mengukur *Personal Selling*, maka butir-butir pernyataan di dalamnya memang harus mengukur aspek-aspek *Personal Selling* seperti komunikasi, pengetahuan produk, kreativitas, dan empati tenaga penjual BRI.

Pengujian validitas bertujuan untuk menilai sah atau tidaknya suatu instrumen kuesioner. Kuesioner dianggap valid apabila item pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner tersebut mampu mengungkap hal yang hendak diukur oleh instrument kuesioner. Uji validitas dijalankan untuk mendemonstrasikan seberapa jauh suatu instrumen pengukuran dapat mengukur aspek yang dimaksud untuk diukur. Standar penilaian dalam uji validitas yang digunakan adalah:

- a) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi 0,05 atau 5%, maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid
- b) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada taraf signifikansi 0,05 atau 5%, maka item pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid

Pengujian ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS 25 untuk Windows, yang memudahkan dalam melakukan perhitungan korelasi antara item pertanyaan dan total skor variabel secara sistematis dan akurat. Adapun untuk

menghitung validitas setiap item pernyataan, digunakan rumus korelasi *Product Moment Pearson* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara skor item (X) dan skor total (Y)

n = Jumlah responden

$\sum XY$ = Jumlah perkalian skor item dan skor total

$\sum X$ = Jumlah skor item

$\sum Y$ = Jumlah skor total

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

B. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas merupakan cara untuk menilai sejauh mana kuesioner konsisten dalam merepresentasikan variabel atau konstruk penelitian. Sebuah kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap butir pertanyaan menunjukkan kestabilan atau konsistensi dari waktu ke waktu. Salah satu metode yang paling sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur instrumen dengan skala interval, seperti skala Likert (1–5), adalah *Cronbach's Alpha*.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

α = Koefisien reliabilitas *Cronbach*

k = Jumlah butir pertanyaan

σ_i^2 = Varians tiap butir pertanyaan

σ_t^2 = Varians total skor seluruh butir pertanyaan

Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi hasil pengukuran. Ghazali (2018:45) menyatakan reliabilitas adalah sejauh mana alat ukur memberikan hasil yang konsisten bila digunakan berulang kali. Instrumen dikatakan reliabel apabila meskipun diberikan kepada kelompok responden yang sama dalam waktu yang berbeda, hasil yang diperoleh tetap relatif sama. Penelitian ini menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* untuk mengidentifikasi indikator-indikator yang tidak konsisten. Kriteria pengambilan keputusan:

- a) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ atau 60%, maka item pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
- b) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ atau 60%, maka item pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

3. *Metode of Succesive Interval (MSI)*

Data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi skala interval melalui *Method of Successive Interval (MSI)*. Metode ini merupakan teknik transformasi yang bertujuan meningkatkan skala ordinal menjadi skala interval sehingga data lebih layak dianalisis menggunakan metode statistik parametrik. Dalam penelitian ini, proses transformasi data dilakukan dengan bantuan program Microsoft Excel dan website MSI (*Method of Successive Interval*), sehingga perhitungan dilakukan secara otomatis. Hasil transformasi tersebut kemudian digunakan sebagai dasar

dalam pengolahan dan analisis data penelitian selanjutnya, seperti uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

4. Uji Asumsi Klasik

Menurut Sugiyono (2020), uji asumsi klasik dilakukan agar hasil regresi dapat memberikan gambaran yang sesuai dengan kenyataan dan tidak menimbulkan kesimpulan yang keliru. Sama halnya Ghazali (2018) menegaskan bahwa regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari berbagai masalah statistik, sehingga hasil estimasinya konsisten, efisien, dan dapat dipercaya.

A. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi distribusi normal atau tidak. Data yang berdistribusi normal menjadi salah satu syarat agar model regresi linier sederhana dapat menghasilkan analisis yang baik. Menurut Sugiyono (2020), model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi data yang normal, sehingga kesimpulan yang dihasilkan dapat dipercaya. Hal yang sama disampaikan Ghazali (2018:160), bahwa uji normalitas digunakan untuk menguji apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal.

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov melalui program SPSS. Adapun kriteria pengambilan keputusan pada uji normalitas adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

B. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menilai apakah dalam model Regresi terdapat ketidaksamaan Variance dari Residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya (Ghozali, 2018: 137). Pengujian ini sangat penting untuk memastikan kesesuaian model Regresi. Metode yang digunakan dalam pengujian ini adalah Scatterplot.

5. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Ghozali (2018:95), analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, serta untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan variabel independennya. Dalam penelitian ini, Variabel independen adalah *Personal Selling* (X) dan variabel dependen adalah minat nasabah (Y) pada produk KPP BRI. Adapun rumus analisis regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Minat nasabah)

X = Variabel independen (*Personal Selling*)

a = Konstanta (Nilai Y jika X = 0)

b = Koefisien regresi (Arah dan besarnya pengaruh X terhadap Y)

6. Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Menurut Sugiyono (2020:148), hipotesis adalah dugaan sementara tentang hubungan antar variabel

yang dinyatakan dalam kalimat pernyataan. Dalam penelitian ini, hipotesis yang diajukan adalah:

H₁: *Personal Selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah pada produk KPP BRI.

H₀: *Personal Selling* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah pada produk KPP BRI.

Untuk membuktikan hipotesis tersebut, digunakan analisis regresi linier sederhana dengan persamaan:

$$Y = a + bX + e$$

Dimana:

Y = Minat Nasabah

X = *Personal Selling*

a = Konstanta regresi

b = Koefisien regresi

e = error

Model regresi sederhana ini digunakan karena penelitian hanya memiliki satu variabel bebas (*Personal Selling*) dan satu variabel terikat (minat nasabah). Menurut Gujarati (2012:89), regresi linier sederhana mampu menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam bentuk angka.

1. Koefisiensi Determinasi (R²)

Koefisien determinasi merupakan koefisien yang digunakan untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen

secara simultan. Besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) berada pada rentang 0 sampai 1. Jika nilai R^2 kecil, maka hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas, yaitu *Personal Selling*, dalam menjelaskan variasi variabel terikat, yaitu minat nasabah, sangat terbatas. Namun, apabila nilai R^2 mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa *Personal Selling* mampu memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi pengaruhnya terhadap minat nasabah BRI, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini

2. Uji Parsial (Uji-t)

Menurut Ghazali (2018:101), uji T digunakan untuk menunjukkan sejauh mana pengaruh satu variabel bebas secara parsial mampu menjelaskan variasi pada variabel terikat. Tujuan uji T dalam penelitian adalah untuk menguji tingkat signifikan terhadap pengaruh dari *Personal Selling* (X) secara parsial terhadap minat nasabah (Y) KPP BRI. Pengujian dilakukan menggunakan SPSS, dengan kriteria:

1. Menentukan hipotesis penelitian

$H_0: \beta = 0 \rightarrow$ *Personal Selling* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

$H_1: \beta \neq 0 \rightarrow$ *Personal Selling* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

2. Melakukan analisis regresi

Analisis regresi linier sederhana dijalankan melalui program SPSS untuk memperoleh nilai t hitung dan tingkat signifikansi.

3. Membandingkan nilai uji

Nilai t hitung yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$) dengan derajat kebebasan ($df = n - k - 1$).

Kriteria pengambilan keputusan:

- a) Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,10$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, *Personal Selling* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah KPP BRI.
- b) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,10$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, *Personal Selling* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah KPP BRI.