

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini untuk mengetahui *personal selling* yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia (BMI) Kantor Cabang (KC) Yogyakarta serta menggambarkan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dari *personal selling* tersebut agar diketahui apakah mampu membangun atau mendorong segmen *floating mass* untuk loyal atau tidak. Selain itu, pendekatan kuantitatif deskriptif juga digunakan, namun bersifat sederhana karena hanya sebatas menggambarkan tingkat loyalitas nasabah BMI KC Yogyakarta yang memiliki 2 jenis akun perbankan (segmen *floating mass*), yakni akun pada Bank Syariah dan Bank Konvensional.

B. Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Yogyakarta yang beralamat di Jl. P. Mangkubumi No. 50, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sementara subjek dalam penelitian ini ditentukan melalui teknik *nonprobability sampling* dengan model *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data berdasarkan pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini berkaitan dengan sumber data yang dianggap dapat memberikan informasi untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, sehingga melibatkan kepala bagian *marketing* dan

staff marketing. Selain itu, subjek selanjutnya yakni nasabah BMI KC Yogyakarta yang merupakan segmen *floating mass* ditentukan melalui teknik *sampling insidental* yaitu setiap nasabah BMI KC Yogyakarta yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dan sesuai sebagai sumber data maka dijadikan sebagai responden, sehingga melibatkan 30 nasabah BMI KC Yogyakarta.

C. Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan dua jenis sumber data, diantaranya :

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber ahli. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan angket/kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak diperoleh secara langsung dari ahli. Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari kajian literatur kepustakaan, *website*, dokumen bank, brosur dan media lainnya.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Menurut Susan Stainback sebagaimana dikutip oleh Sugiyono (2017), dengan melakukan wawancara dapat diketahui berbagai informasi secara mendalam mengenai interpretasi situasi dan fenomena yang terjadi

dari narasumber dimana tidak bisa ditemukan melalui observasi. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan bersama kepala bagian *marketing* dan *staff marketing* untuk mengetahui *personal selling* yang dilakukan BMI KC Yogyakarta serta kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dari *personal selling* tersebut.

2. Angket/Kuesioner

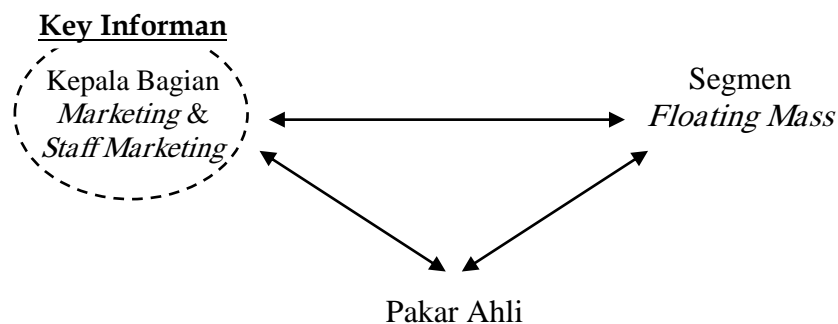
Angket/kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini, angket/kuesioner hanya sebagai data pendukung untuk menggambarkan tingkat loyalitas nasabah dan dibagikan secara acak (*random*) melalui teknik *insidental sampling* kepada 30 nasabah BMI KC Yogyakarta yang memiliki 2 jenis akun perbankan (segmen *floating mass*), yakni akun pada Bank Syariah dan Bank Konvensional. Penentuan jumlah sampel ini berdasarkan pernyataan Roscoe dalam buku *Research Methods for Business* tentang ukuran sampel yang layak untuk penelitian (Sugiyono, 2018).

E. Teknik Keabsahan Data

Agar suatu penelitian dapat dipastikan kebenarannya maka perlu di uji keabsahan datanya. Penelitian ini menggunakan uji kredibilitas/*credibility* (validitasi interval) yang merupakan salah satu unsur dalam menguji keabsahan data pada aspek nilai kebenaran. Uji kredibilitas dilakukan pada data hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah pengujian kredibilitas data yang dilakukan dengan

cara mengecek data yang telah diperoleh dari lapangan melalui beberapa sumber (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini, pengecekan data dilakukan ke beberapa sumber yang berkaitan langsung dengan kegiatan *personal selling* BMI KC Yogyakarta. Dengan demikian, pernyataan dari kepala bagian *marketing* dan *staff marketing* di *crosscheck* ke nasabah BMI KC Yogyakarta yang memiliki 2 jenis akun perbankan (segmen *floating mass*), kemudian selanjutnya pernyataan dari ketiganya yakni dari kepala bagian *marketing*, *staff marketing* dan nasabah di *crosscheck* kembali ke pakar ahli.

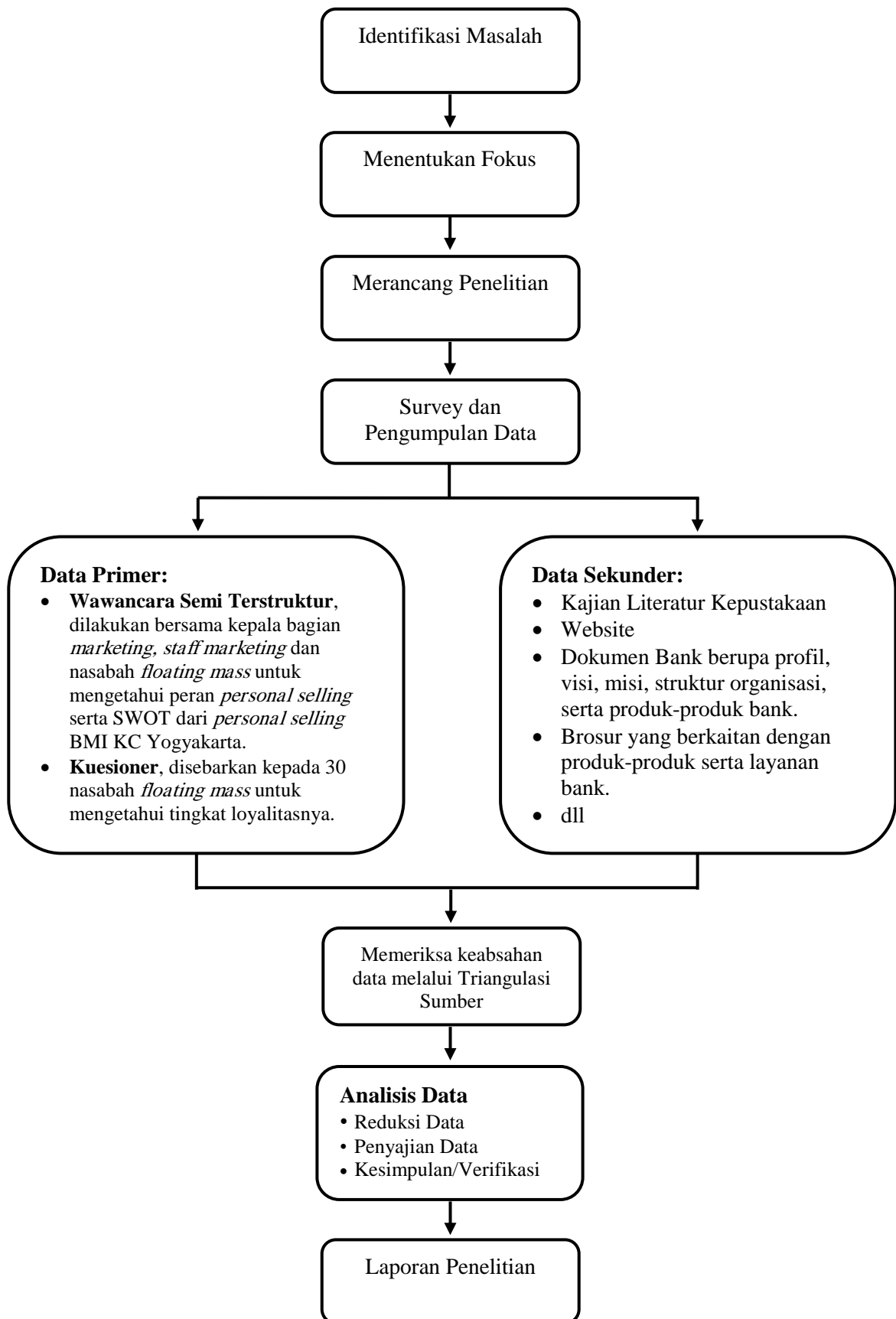


Gambar 3.1
Skema Triangulasi Sumber
 Sumber : Sugiyono, 2017

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif-kualitatif, yaitu salah satu teknik analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan melalui perspektif subyektif. Analisis data dilakukan melalui tiga tahap yang meliputi; reduksi data, penyajian data dan kesimpulan/verifikasi (Sugiyono, 2017).

Teknik analisis deskriptif-kualitatif dalam penelitian ini yaitu untuk menggambarkan tingkat loyalitas nasabah BMI KC Yogyakarta yang memiliki 2 jenis akun (segmen *floating mass*), yakni akun pada Bank Syariah dan Bank Konvensional serta mendeskripsikan *personal selling* yang dilakukan BMI KC Yogyakarta dan menggambarkan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*) dari *personal selling* tersebut agar diketahui apakah mampu membangun atau mendorong segmen *floating mass* untuk loyal atau tidak.



Gambar 3.2
Skema Penelitian