

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini hanya berfokus pada tingkat minat beli outlet retail PT Javas Tripta Sejahtera kantor cabang Ponorogo yang diasumsikan dipengaruhi oleh komunikasi efektif, harga, dan promosi.

B. Populasi dan Sampel

- **Populasi**

Dalam pandangan Mulyatiningsih (2011:19) Populasi ialah sekumpulan orang, hewan, tumbuhan, atau benda yang memiliki karakteristik tertentu yang akan diteliti. Populasi akan menjadi wilayah generalisasi kesimpulan hasil penelitian.

Adapun populasi penelitian ini ialah seluruh konsumen outlet class retail PT. Javas Tripta Sejahtera cabang Ponorogo yang berjumlah 150.outlet..

- **Sampel**

Adapun pemilihan sampel penelitian ini akan dilakukan dengan memakai metode sampling jenuh yakni memakai seluruh populasi penelitian sebagai sampel penelitian yang berjumlah 150 outlet class retail sebagai sampel.

C. Data yang dibutuhkan

- **Data Primer**

Data primer ialah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui sumber perantara). Data primer dalam

penelitian ini diperoleh dari wawancara dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yakni outlet binaan PT. Javas Tripta Sejahtera kantor cabang Ponorogo tentang indikator-indikator komunikasi efektif salesman, persepsi harga, dan promosi (Hana dkk 2015 : 88)

- **Data Sekunder**

Data Sekunder ialah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder antara lain disajikan dalam bentuk data-data, tabel-tabel, diagram-diagram, atau mengenai topik penelitian (Sugiyono, 2010).

Data tersebut meliputi :

1. Data-data profil dari perusahaan
2. Dokumentasi data konsumen

D. Metode Pengambilan Data

Metode pengambilan data ialah suatu hal yang penting dalam penelitian, sebab metode ini ialah strategi atau cara yang dipakai oleh peneliti didalam proses pengumpulan data yang diperlukan didalam penelitiannya (Sugiyono, 2017). Berikut ini ialah metode atau instrumen yang dipakai dalam penelitian ini, yakni :

1. Observasi

Observasi ialah suatu cara pengumpulan data dengan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap obyek yang akan diteliti. Observasi dilakukan oleh peneliti dengan cara pengamatan terhadap

hal-hal yang memiliki kaitan dengan tempat penelitian yang ada pada PT Javas Tripta Sejahtera kantor cabang Ponorogo.

2. Kuisisioner

Instrumen yang dipergunakan didalam penelitian ini ialah lembar kuisisioner. Kuisisioner ialah metode pengumpulan data secara tidak langsung. Dalam pandangan Sugiyono (2017, h. 65) Kuisisioner penelitian berisikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab atau direspon oleh responden. Kuisisioner yang dipergunakan didalam penelitian ini ialah kuisisioner tertutup dengan pertanyaan atau pernyataan sudah memiliki alternatif jawaban sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sesuai dengan apa yang dirasakannya dengan cara memberi silang atau checklist. Adapun skala yang dipakai sebagai pengukurannya ialah skala likert memakai rentang angka 1 hingga 5. Dengan penjelasan sebagai berikut;

Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)

Skor 3 untuk jawaban Netral (N)

Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)

Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)

3. Dokumentasi

Dokumentasi dipakai untuk mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku-buku yang relevan dengan penelitian, gambar, film dokumenter notulensi, agenda dan segala hal

yang relevan dengan penelitian. Dokumentasi ialah proses pengumpulan data sekunder yang relevan dengan penelitian ini.

E. Definisi Operasional Variabel

1. Komunikasi Efektif

Komunikasi efektif salesman kepada konsumen ialah pertukaran ide, gagasan, masukan, informasi, dan kritik yang memiliki tujuan tertentu, yang disajikan secara personal ataupun impersonal melalui symbol atau sinyal sehingga pesan dari perusahaan ataupun dari konsumen dapat dipahami dengan efektif.

Pelaksanaan kegiatan komunikasi kepada konsumen dalam perusahaan dilakukan secara formal atau resmi. Namun saat ini banyak perusahaan yang mempraktikkan kegiatan komunikasi kepada konsumen secara informal sehingga perusahaan dapat menggali informasi mendalam dari kosumen (Sumber penulis buku Joko rizkie widokarti dan Donni Juni Priansa tentang Komunikasi, 2018)

Indikator yang dipakai untuk mengukur komunikasi efektif sebagai berikut

- *Menghargai (Respect)*
- *Empati (Empathy)*
- *Memahami (Audible)*
- *Jelas (Clarity)*
- *Rendah Hati (Humble)*

2. Harga

Harga ialah sejumlah uang yang dikeluarkan konsumen untuk memakai produk. Penetapan harga suatu masalah yang sangat peka bagi perusahaan dalam penjualan produknya, sebab pada dasarnya harga ialah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang paling fleksibel dimana diubah dengan cepat. Suatu tingkat harga dapat memberikan pengaruh baik dalam perekonomian maupun dalam perusahaan, hal ini disebabkan sebab harga ialah bagian penawaran suatu barang (Handayani; 2012:9)

Indikator yang dipakai untuk mengukur harga dalam pandangan Kotler dan Armstrong (2014:345), sebagai berikut :

- Keterjangkauan harga.
- Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
- Daya saing harga.
- Kesesuaian harga dengan manfaat produksi.

3. Promosi

Promosi ialah sarana yang dipakai perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual (Philip Kotler dan Keller ; 2013:204).

Indikator yang dipakai untuk mengukur promosi dalam pandangan Warsa dan Hasiolan (2016) sebagai berikut :

- Kuantitas penayangan iklan di media promosi
- Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan di media

promosi, jangkauan promosi, menawarkan hadiah yang menarik pada transaksi pembelian produk tertentu dan melakukan penawaran dalam jangka tertentu.

F. Uji Instrumen

Uji instrument ialah satu diantara alat yang sangat pening dalam penelitian kuantitatif, dengan menggunakan uji intrumen akan dapat diketahui kualitas data yang dipakai. Jika hasil dari uji instrumen bagus dan dapat dipertanggungjawabkan, maka data juga bagus dan dapat dipertanggungjawabkan. Macam instrumen yang sering dipakai ialah uji validitas dan uji realibitas.

1. Uji Validitas

Dalam pandangan Sugiyono (2017:121) Uji Validitas ialah ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Teknik uji yang dipakai ialah teknik korelasi melalui koefisien korelasi product moment. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item, jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item tersebut valid, sedangkan jika negatif maka item yang tersebut tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuesioner atau digantikan dengan pernyataan perbaikan.

Dalam pandangan Arikunto (2016, h. 213) Rumus yang dipakai untuk menguji validitas instrumen ini ialah 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 yang dicari

n = jumlah subyek pemilik nilai

x = nilai variabel 1

y = nilai variabel 2

Kriteria Pengujian :

a. r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid

b. r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah untuk mengukur suatu kuesioner yang ialah indicator dari variable atau konstruk (Ghozali, 2016:45). Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Untuk mengukur reliabilitas dipakai uji statistic Cronbach Alfa (α).

Suatu variable dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach's Alfa $>$ 0,60 sedangkan, jika sebaliknya data tersebut dikatakan tidak reliable (Ghozali, 2016:45-46).

Dalam pandangan Ghozali, (2016) Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan memakai rumus cronbachalpha sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-n} \right) \left(\frac{1-\sum ab^2}{at^2} \right)$$

Dimana;

r = reabilitas instrumen

k = banyaknya butir pernyataan

$\sum ab^2$ = jumlah varian butir

At^2 = varian total

Kriteria Pengujian :

a. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari 0,60 maka kuisisioner tersebut reliabel.

b. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari 0,60 maka kuisisioner tersebut tidak reliabel.

G. Uji Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya ialah suatu studi untuk mempelajari keterkaitan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen, dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi tau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2016).

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y' : Minat Beli Outlet Retail

X₁ : Komunikasi Efektif Salesman

X₂ : Harga

- X_3 : Promosi
- a : Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)
- b : Koefisien regresi
- e : Standar Error

2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:87). Nilai koefisien determinasi ialah antara 0 (nol) sampai 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:87).

Dalam pandangan Sugiyono (2017) rumus determinasi sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{(b_1 \cdot \sum x_1 y_1 + b_2 \cdot \sum x_2 y_2 + b_3 \cdot \sum x_3 y_3)}{\sum y^2}$$

Dimana $0 \leq R^2 \leq 1$

Keterangan

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Determinasi

x_1 = Komunikasi Efektif Salesman

x_2 = Harga

x_3 = Promosi

Y = *Minat Beli Outlet Retail*

Kriteria Pengujian :

- *Nilai koefisien determinasi ialah antara 0 (nol) dan 1 (satu).*
- *Jika nilai R2 semakin mendekati 0 (nol), berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.*
- *Jika nilai R2 mendekati angka 1 (satu), berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat kuat*

H. Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji statistik T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen dan dipakai untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05 (Ghozali, 2016:88).

Langkah – langkah menentukan tingkat signifikansinya ialah sebagai berikut;

- *Apabila nilai T hitung > T tabel atau nilai signifikansinya ≤ 0.05 maka hipotesis (H_a) diterima. Hal ini artinya secara parsial variabel*

independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

- *Apabila nilai T hitung $< T$ tabel atau nilai signifikansinya > 0.05 maka hipotesis (H_a) ditolak. Hal ini artinya secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen*

Rumus t-test yang dipakai ialah sebagai berikut :

$$t = \frac{x_1 - x_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} - 2r \left(\frac{s_1}{\sqrt{n_1}}\right) \left(\frac{s_2}{\sqrt{n_2}}\right)}}$$

Keterangan:

X_1 = Rata-rata sampel 1

X_2 = Rata-rata sampel 2

s_1 = Simpangan baku sampel 1

s_2 = Simpangan baku sampel 2

s_1^2 = Varian sampel 1

s_2^2 = Varian sampel 2

r = Korelasi antara dua sampe

2. Uji F

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2016:88). Uji statistik F

dipakai untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara bersama-sama terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05 (Ghozali, 2016:88).

Rumus uji F ialah sebagai berikut :

$$F = \frac{s_1^2}{s_2^2}$$

Keterangan:

F = Nilai F hitung

s_1^2 = Variansi Kelompok 1

s_2^2 = Variansi Kelompok 2

