

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan rancangan penelitian guna memperoleh data pada suatu penelitian. Pada penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013), penelitian kuantitatif merupakan teknik atau metode penelitian yang berasaskan pada filsafat *positivisme* yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Sementara metode yang digunakan adalah metode survei. Metode survei merupakan proses pengambilan sampel dari suatu populasi serta digunakannya kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Metode survei adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya. Artinya, penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan pengukuran kuantitatif dan menggunakan analisis statistik (Sugiyono, 2013).

Metode survei adalah metode kuantitatif, namun biasanya survei yang dilakukan cenderung lebih sederhana dengan alat analisis statistik yang sederhana pula (statistik deskriptif) karena sifatnya hanya sebagai pelengkap data atau informasi. Dengan adanya informasi atau tambahan data dari hasil survei, maka informasi yang terjadi menjadi lebih kaya dan lengkap. Sehingga deskripsi detail

hasil akhir penelitianpun benar-benar komprehensif dan memberi kesimpulan yang meyakinkan, sedangkan alasan yang kedua adalah karena kebutuhan penelitian. Setelah data terkumpul kemudian diolah peneliti merasa kurang puas dengan hasil penelitiannya, sehingga membutuhkan penelitian lanjutan agar lebih komprehensif.

B. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam sebuah penelitian karena objek penelitian merupakan sasaran yang hendak dicapai untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Menurut Rakhmat (2004), objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu). Objek dalam penelitian ini adalah *sales promotion* dan keputusan pembelian paket meeting di Hotel Novotel Bogor *Golf Resort and Convention Center*. Sedangkan, subjek dari penelitian ini adalah tamu atau pelanggan dari Hotel Novotel Bogor *Golf Resort and Convention Center*. Pada penelitian ini akan diteliti terkait bagaimana penerapan *sales promotion* di Hotel Novotel Bogor *Golf Resort and Convention Center* dan juga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

C. Populasi dan Sampling

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2013). Populasi dalam penelitian ini yaitu merupakan tamu atau pelanggan Hotel Novotel Bogor *Golf Resort and Convention Center*. Sementara itu, sampel adalah

merupakan sebagian atau wakil populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2010). Sedangkan menurut Sugiyono (2013), ukuran sampel yang layak dalam suatu penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan subyek penelitian yang jumlahnya lebih kecil dan termasuk dalam populasi. Dalam penelitian ini, kriteria sampel atau responden yang akan diambil yaitu:

1. Pelanggan yang pernah melakukan pemesanan paket *meeting* di Hotel Novotel Bogor *Golf Resort and Convention Center* saat metode proaktif-reaktif.
2. Pelanggan yang pernah memberikan penilaian bagus dalam online review terhadap Hotel Novotel Bogor *Golf Resort and Convention Center*.
3. Pelanggan atau tamu yang bersedia untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner secara langsung atau lewat media *online*.

Penentuan kriteria responden tersebut dengan alasan bahwa data yang didapatkan benar-benar menggambarkan keadaan yang sebenarnya.

Teknik *sampling* merupakan teknik yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2013). Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya (Arikunto, 2010). Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling*. Sugiyono (2013:82) berpendapat, *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Lebih lanjut lagi, teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan *purposive*

sampling. Menurut Sugiyono (2013), *puposive* sampling adalah teknik penentuan sampel dengan karakteristik atau pertimbangan tertentu. Kekuatan dari metode sampling yang dipilih yaitu data yang terpilih merupakan data yang relevan dengan penelitian, karena terseleksi serta pelaksanaannya akan lebih murah dan mudah sesuai dengan kriteria responden yang telah disebutkan pada bagian sebelumnya.

Dalam penentuan jumlah sampel, maka dapat digunakan rumus Slovin dengan error 10%. Adapun perhitungan sampel dalam penelitian ini yaitu (Unaradjan, 2019).

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Presentase kelonggaran yang ditetapkan (10%)

$$n = \frac{413}{1+413(0,1)^2}$$

$$n = \frac{413}{1+4,13}$$

$$n = \frac{413}{5,13}$$

$$n = 80,50$$

Jumlah sampel kemudian dibulatkan ke atas menjadi 81 sampel. Sehingga dalam penelitian ini akan diambil 81 responden yang disesuaikan dengan kriteria responden yang telah dibuat sebelumnya.

D. Metode Pengumpulan Data

Data menjadi salah satu hal penting dalam menyusun suatu penelitian. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data-data yang berkaitan dengan *Personal Selling* dan keputusan pembelian di Hotel Novotel Bogor *Golf Resort and Convention Center*. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama). Peneliti menggunakan pengumpulan data dengan penyebaran kuisioner. Menurut Sugiyono (2013) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung diberikan kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen (Sugiyono, 2013). Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur dan diperoleh berdasarkan catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian. Peneliti mendapatkan data sekunder melalui data yang berasal dari studi literatur yang diperoleh dari jurnal ataupun penelitian terdahulu yang berhubungan dengan variabel terkait yang digunakan.

Teknik pengumpulan data merupakan hal yang penting untuk diperhatikan, karena keberhasilan penelitian ditentukan dari teknik pengumpulan data yang digunakan. Pengumpulan data dalam penelitian harus memperhatikan pada

instrumen penelitian. Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. (Sugiyono, 2013). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode kuesioner atau angket.

Menurut Sugiyono (2013), kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. Metode kuesioner atau angket ini akan disusun dengan skala likert. Menurut Sugiyono (2013) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi yang sangat positif sampai negatif.

Dalam penelitian ini menggunakan jenis angket tertutup yang jawabannya sudah disediakan langsung oleh peneliti sehingga responden bisa langsung memilih jawabannya. Penelitian ini juga menggunakan jenis angket berbentuk *checklist* dan *rating scale* dikarenakan mekanisme pengumpulan data lebih efisien dan memudahkan responden untuk menjawabnya. Untuk mendapatkan data yang bersifat subyektif maka dilakukan skoring sesuai dengan item pernyataannya, maka masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan yang diberikan skor sebagai berikut:

TABEL 4
SKALA LIKERT

Alternatif Jawaban	Skor item	
	Positif	Negatif
Sangat setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Netral (N)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Selain angket, peneliti juga menggunakan studi dokumen dalam melengkapi data yang dibutuhkan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2013) dokumen merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang berupa tulisan, gambar, ataupun rekaman. Pada penelitian ini dokumen membantu peneliti untuk melengkapi data yang diperoleh melalui angket.

E. Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang memberikan pernyataan pada peneliti untuk apa saja yang diperlukan dalam menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis penelitian, khususnya pada penelitian kuantitatif. Dengan teori tersebut, peneliti telah membuat operasionalisasi variabel, agar variabel yang diteliti dapat diklasifikasi, diidentifikasi dan diukur oleh peneliti, maka data tersebut bisa diolah. Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini yaitu:

TABEL 5
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel Pokok	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Personal Selling</i> (X)	“ <i>Personal selling</i> adalah sebuah pengungkapan secara lisan dalam menghadapi seorang atau beberapa calon pembeli dengan maksud untuk menciptakan suatu penjualan”. Kotler yang diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny A Rusly (2002: 313)	1. Pendekatan pendahuluan	1. Kerapuhan penampilan <i>salesman</i> 2. Memulai pembicaraan yang menarik	Ordinal Ordinal
		2. Presentasi dan Peragaan	1. Presentasi yang menarik konsumen. 2. Presentasi yang membangkitkan minat beli.	Ordinal Ordinal
		3. Mengatasi Keberatan	1. Kemampuan wiraniaga dalam mendengarkan keluhan atau keberatan konsumen. 2. Kemampuan	Ordinal Ordinal

Variabel Pokok	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
			mengatasi penolakan.	
		4. Menutup Penjualan	1. Kemampuan melakukan penutupan pembicaraan. 2. Kemampuan mempengaruhi keputusan konsumen.	Ordinal Ordinal
		5. Tindak Lanjut dan Pemeliharaan	1. Ketepatan waktu tinjak lanjut hubungan dengan konsumen. 2. Hubungan jangka Panjang.	Ordinal Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan konsumen tentang pembelian sebagai proses seseorang individu memilih,	1. Pengenalan Masalah	1. Tingkat kebutuhan konsumen	Ordinal
		2. Pencarian Informasi	1. Tingkat pencarian informasi yang	Ordinal

Variabel Pokok	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
	mengorganisasi dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambaran dalam mengambil keputusan pembelian.		sesuai dengan kebutuhan konsumen.	
		3. Evaluasi Alternatif	1. Tingkat respon pembelian.	Ordinal
		4. Keputusan Pembelian	1. Tingkat keputusan pembelian.	Ordinal
	Kotler (2002:202)	5. Perilaku Pasca Pembelian	1. Tingkat dorongan pembelian ulang.	Ordinal

Sumber: Olahan Peneliti 2023

F. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Dalam menentukan instrumen penelitian maka pertanyaan angket atau kuisisioner harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Menurut Sinambela (2014) validitas merupakan suatu ukuran yang memperlihatkan apakah instrumen yang digunakan valid atau tidak. Instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat mengukur sesuatu yang akan diukur dan dapat mengungkapkan data dari variabel secara tepat. Instrumen yang valid akan memudahkan dalam memperoleh data yang valid juga. Adapun rumus uji validitas adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n\Sigma - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi X dan Y

y = variabel dependen

x = variabel independen (*personal selling*)

n = banyak data

Uji reliabilitas merupakan suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukuran. (Sinambela, 2014). Suatu instrumen dikatakan handal atau reliabel, jika menghasilkan hasil yang sama ketika pengukuran dilakukan berulang serta dilakukan dalam kondisi konstan (sama). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *software* IBM SPSS versi 26.0. Kriteria penilaian dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha*. Menurut Ghozali (2018:46) apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 maka instrumen tersebut reliabel dan bisa dijadikan sebagai alat ukur. Adapun rumus uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Keterangan:

r11 = koefisien reliabilitas

k = banyaknya data

$\sum S_i$ = varian skor ke-i

S_t = varian skor total

2. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2013) uji normalitas dilakukan guna mengetahui apakah masing-masing variabel baik variabel independen (x) maupun variabel dependen (y) terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* IBM SPSS 26.0. Kriteria pengujian dengan uji *One-sample Kolmogorov-Smirnov* yaitu apabila signifikansi (Sig)>0,05 maka data berdistribusi normal, sebaliknya apabila signifikansi (Sig)<0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

3. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini uji regresi linier sederhana digunakan untuk menguji hubungan linear antara variabel (X) dengan variabel (Y). Adapun rumus regresi linier sederhana yaitu:

$$\hat{Y} = a + bx$$

Keterangan:

a = harga Y bila

X = 0 (harga konstan)

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependent yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan

X = subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

\hat{Y} = hasil nilai yang diprediksi

4. Uji-t

Dalam penelitian ini uji t dilakukan dengan cara membandingkan thitung yang diperoleh dengan ttabel melalui bantuan *software* IBM SPSS versi 26.0.

Yang menggunakan taraf signifikan sebesar 0,05 atau $\alpha = 5\%$. Dalam uji t, jika nilai signifikansi $<$ probabilitas 0,05 maka ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat sehingga hipotesis diterima, namun apabila nilai signifikansi $>$ probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat sehingga hipotesis ditolak. Adapun langkah-langkah dalam uji t sebagai berikut:

1. Menguji Hipotesis

- a. H_a : Terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat
- b. Tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat

2. Menentukan taraf signifikan (α)

3. Pada penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 5%

4. Dasar pengambilan keputusan

- a. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan nilai sig. $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel Terikat
- b. Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, dan nilai sig. $>$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

G. Jadwal Penelitian

Penelitian dilakukan di Hotel Novotel Bogor Golf *Resort and Convention Center* dari mulai mencari lokasi penelitian dan diakhiri dengan sidang proyek akhir yang akan dilaksanakan pada bulan Januari 2024.

