

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Djaali (2020) mengatakan bahwasanya metode penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi menyeluruh tentang kombinasi pendekatan deduktif dan induktif. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan metode kuantitatif.

Creswell (2014) mengungkapkan penelitian kuantitatif menguji teori tertentu dengan melihat bagaimana variabel berhubungan satu sama lain, menemukan pola dan membuat generalisasi yang kuat untuk mendukung penelitian.

B. Objek Penelitian

Sugiyono (2022) objek dari penelitian adalah suatu kegiatan yang digunakan dan dipelajari oleh penulis dan digunakan untuk kesimpulan dari objek tersebut. Supriyati (2015) juga menyatakan bahwa variabel yang diteliti oleh penulis di lokasi penelitian adalah subjek penelitian.

Menurut beberapa teori tersebut, objek penelitian adalah representasi dari tujuan ilmiah yang dimaksudkan untuk mendapatkan data dan informasi dengan tujuan tertentu. Objek penelitian penulis adalah efektivitas *Personal Selling* di Maximize Event Bali.

GAMBAR 3
LOGO MAXIMIZE EVENT



Sumber : *Company Profile* Maximize Event (2023)

PT. Pijar Kreasi atau yang lebih dikenal dengan nama Maximize Event berdiri sejak tahun 2012, berawal dari ide 4 sekawan yang merupakan teman satu kantor di *Event Organizer* Ibukota VISICITA *Communication*, seiring dengan sibuknya mereka di *event* luar kota, mereka melihat adanya peluang bisnis *event* yang ada di pulau Dewata Bali dan berakhir dengan dua orang memutuskan terjun di dunia event Bali dan mendirikan Maximize Event.

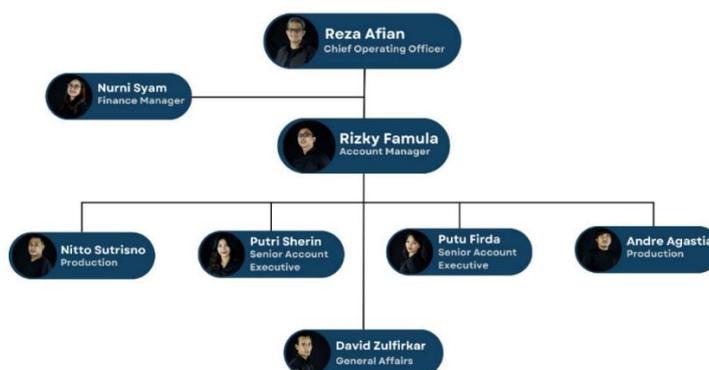
Maximize Event berlokasi di pulau Bali, yang tepatnya berada di Komplek perkantoran Poleng Blok C. 4, kecamatan Kuta, kabupaten Badung, Bali. Sejak berdiri dari tahun 2012 Maximize Event, sudah sering bekerja sama dengan *brand*, *event organizer* Ibukota dan Instansi sebagai *local partner* di Bali.

Maximize Event telah melaksanakan berbagai acara, dengan semua pengalaman selama bertahun-tahun, membuat Maximize Event tetap berpegang pada fleksibilitas, *responsivitas*, dan tentu saja kreativitas tinggi dalam penyelenggaraan acara. Memiliki Tim yang bersemangat dengan dedikasi tinggi dalam memberikan layanan berkualitas dan memastikan bahwa semua kebutuhan dapat dimaksimalkan, berisi tim profesional yang

berpengalaman dengan semangat tinggi untuk menciptakan acara yang tak terlupakan.

Maximize Event memiliki total 8 karyawan di perusahaannya yang terdiri dari Direktur Pelaksana, *Manager* Keuangan, *Account Manager*, *Account Executive*, *Production*, dan *General Affairs*.

GAMBAR 4
STRUKTUR ORGANISASI



Sumber : *Company Profile* Maximize Event (2023)

Dalam struktur organisasi mereka, ada beberapa peran penting yang memastikan bahwa setiap proyek berjalan lancar dan berhasil. Pengambilan keputusan strategis dan pengawasan keseluruhan perusahaan berada di bawah tanggung jawab direktur pelaksana. *Manager* keuangan bertanggung jawab atas masalah keuangan perusahaan, termasuk anggaran, laporan keuangan, dan analisis finansial. Mereka bertanggung jawab untuk menjaga stabilitas keuangan perusahaan bertanggung jawab untuk menjaga hubungan dengan pelanggan dan memastikan bahwa kebutuhan dan harapan mereka dipenuhi dengan baik adalah *Account Manager* dan *Account Executive*. Sementara itu, bagian Produksi bertanggung jawab atas

semua aspek teknis dan logistik acara, mulai dari persiapan hingga pelaksanaan.

Segala urusan administrasi dan operasional yang mendukung operasi internal perusahaan berada di bawah bidang umum. Tim yang kuat ini memungkinkan Maximize Event untuk memberikan layanan yang profesional dan memuaskan bagi setiap *client*.

C. Populasi dan Sampel

Menurut Djaali, (2020) populasi adalah keseluruhan unit penelitian atau unit analisis yang karakteristiknya akan diteliti atau dipelajari. Ada dua jenis populasi: populasi sampling dan populasi sasaran.

. Dalam penelitian ini digunakan populasi sampling yang mana populasi yang digunakan oleh penulis terdiri dari 30 *client* atau perusahaan yang telah bekerja sama dengan Maximize Event, *client* atau perusahaan tersebut adalah yang memegang kepentingan dalam persetujuan kerja sama yang dilakukan dengan Maximize Event.

Menurut Sugiyono, (2022) bagian dari jumlah populasi dan karakteristiknya adalah sampel. Untuk penelitian ini, penulis menggunakan sampel jenuh, menggunakan "Teknik penentuan sampel seluruh kelompok populasi dijadikan sampel". Teknik ini digunakan dalam kasus di mana total populasi relatif kecil, yaitu 30 atau kurang.

Sampel yang digunakan oleh penulis terdiri dari 30 *client* atau perusahaan yang telah bekerja sama dengan Maximize Event, *client* atau perusahaan tersebut adalah yang memegang kepentingan dalam persetujuan kerja sama yang dilakukan dengan Maximize Event.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

A. Survey

Djaali (2020) mengatakan Kuesioner atau angket adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengirim instrumen (kuesioner) kepada responden. Kuesioner dapat dikirim kepada responden dengan berbagai cara, seperti melalui email, *WhatsApp*, *Google Form*, atau secara langsung.

Pada penelitian ini penulis akan menggunakan *google form* sebagai teknik pengiriman kuesioner kepada responden.

Dengan penjelasan teori di atas penulis menggunakan kuesioner untuk dibagikan yaitu *client* atau perusahaan yang pernah bekerja sama dengan Maximize Event. Kuesioner digunakan sebagai alat kumpul data primer yang mana dalam penelitian pada penelitian ini kuesioner akan berbentuk formulir dari platform *google form* yang bersifat *online*.

B. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2022), Wawancara adalah pertemuan di mana dua orang bertukar informasi, gagasan, dan data dengan menggunakan teknik tanya jawab untuk menemukan jawaban atau makna dari masalah yang dibahas. Wawancara terbagi dalam beberapa macam, yaitu : wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur dan tidak terstruktur.

Menurut Djaali (2020) Wawancara terstruktur didefinisikan sebagai wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun secara sistematis dalam bentuk daftar pemeriksaan.

Pada penelitian ini penulis menggunakan wawancara terstruktur yang mana penulis akan melakukan wawancara dengan pedoman wawancara kepada karyawan Maximize Event.

2. Alat Kumpul Data

A. Kuesioner

Menurut Setiawan, (2023) Kuesioner merupakan alat penelitian yang sangat penting dalam pengumpulan data pada sebuah penelitian kuantitatif, kuesioner biasanya disusun dalam bentuk daftar pertanyaan. Kuesioner dapat membantu penulis dalam mengumpulkan informasi terkait pengetahuan, sikap, pendapat, perlakuan, fakta dan informasi lainnya dari responden.

Menurut Sugiyono dalam Setiawan (2023) disebutkan angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data yang meminta responden untuk menjawab serangkaian pertanyaan tertulis. Kuesioner terdiri dari dua jenis pertanyaan, yaitu : tertutup dan terbuka.

Dengan penjelasan teori di atas penulis menggunakan kuesioner pertanyaan tertutup dan membagikan kuesioner kepada responden yaitu *client* atau perusahaan yang pernah bekerja sama dengan Maximize Event. Kuesioner digunakan sebagai alat kumpul data primer yang mana dalam penelitian pada penelitian ini kuesioner akan berbentuk formulir dari platform *google form* yang bersifat *online* dengan penghitungan hasil pengumpulan data dari kuesioner menggunakan skala *Likert*.

Menurut Setiawan, (2023) salah satu pengukuran satu dimensi, adalah Skala *Likert (Summative Scaling)* yang dapat digunakan dalam pengukuran sikap, persepsi dan pendapat individu ataupun kelompok orang terkait peristiwa atau gejala sosial yang terjadi. Variabel disusun menurut urutan variabel, sub variabel, indikator dan deskriptif. Selain itu, deskriptif dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan instrumen yang terdiri dari pernyataan yang harus dijawab oleh responden.

Berikut adalah tabel nilai-nilai skala *likert*, yaitu :

TABEL 4
NILAI SKALA LIKERT

Varian Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2022)

B. Pedoman Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan perwakilan dari Maximize Event yang memiliki otoritas dalam pengambilan keputusan akhir.

Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mendalam dan mengidentifikasi berbagai masalah yang mungkin timbul dalam pelaksanaan kegiatan *Personal Selling*, yang merupakan salah satu komponen penting dari strategi promosi yang dijalankan oleh sejumlah perusahaan.

Melalui wawancara ini, diharapkan dapat ditemukan pandangan yang komprehensif mengenai efektivitas dan tantangan yang dihadapi dalam penerapan metode *personal selling* sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran dan penjualan produk atau layanan perusahaan.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional (DO) suatu variabel mengacu pada batasan dan metode pengukuran yang dipelajari oleh variabel tersebut. Definisi operasional (DO) suatu variabel disusun dalam bentuk matriks dan mencakup: nama variabel, gambaran variabel (DO), alat ukur, hasil pengukuran, dan skala pengukuran yang digunakan (nominal, bilangan urut, interval, dan rasio). Tujuan dari definisi operasional adalah untuk memfasilitasi proses pengumpulan data yang konsisten dan mencegah interpretasi yang tidak konsisten.

Berikut merupakan matriks operasional Sub Variabel (MOV) Efektivitas *Personal Selling* yang digunakan pada penelitian ini, yaitu :

TABEL 5
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL (MOV)					
VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	INSTRUMEN PENELITIAN	No. KUESIONER	SKALA DATA
4 Six Major Steps In Effective Selling (Kotler Keller, 2016)	<i>Presentation and demonstration</i>	Pendekatan dan Penggunaan Waktu	Kuesioner	Q1, Q2	Ordinal
		Fokus pada manfaat dan nilai produk/Jasa	Kuesioner	Q3	Ordinal
		Keterampilan komunikasi dan presentasi	Kuesioner	Q4, Q5, Q6	Ordinal
	<i>Overcoming objections</i>	Keterampilan menangani keberatan	Kuesioner	Q7, Q8, Q9	Ordinal
		Strategi mengubah keberatan menjadi alasan membeli	Kuesioner	Q9, Q10, Q11	Ordinal
	<i>Closing</i>	Teknik Closing (rekapitulasi & pilihan kecil)	Kuesioner	Q12, Q14	Ordinal
		Penggunaan insentif (promo khusus)	Kuesioner	Q13, Q15	Ordinal
	<i>Follow up and maintenance</i>	Strategi <i>after sales</i>	Kuesioner	Q16, Q17	Ordinal

Sumber : Olah data penulis (2024)

E. Analisis Data

Menurut Noor (2011) Teknik analisis data menganalisis data penelitian, yang mencakup alat statistik yang relevan dan digunakan untuk tujuan uji penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif.

1. Alat Analisa Data

Penelitian ini menguji data kuesioner dengan Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 26.0.

2. Uji Validitas

Menurut Priyanto (2018), uji validitas digunakan untuk menentukan seberapa cermat suatu item dapat diukur dan apa yang ingin diukur. Selain itu, uji validitas mengevaluasi validitas dan relevansi instrumen pertanyaan yang digunakan saat kuesioner digunakan di lapangan.

Penulis menggunakan rumus korelasi *Pearson product moment correlation* dalam penelitian ini. Rumus ini cocok digunakan jika jumlah responden lebih dari 30 orang.

Berikut merupakan rumus *Pearson product moment correlation* :

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

Keterangan :

- r = koefisien korelasi tes (*bivariate pearson*)
- N = Jumlah responden
- $\sum X$ = Jumlah skor item instrument
- $\sum Y$ = Jumlah skor jawaban
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor item
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban
- $\sum XY$ = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Pada penelitian ini dilakukan uji Validitas menggunakan aplikasi SPSS dengan ketentuan menggunakan nilai hitung *Bivariate* dan jumlah responden adalah 19 dan penggunaan R tabel Level *Significance* 0,05 dengan 2-tailed adalah 0.456 menurut R tabel distribusi Djaali (2020).

TABEL 6
HASIL UJI VALIDITAS

NOMOR INSTRUMENT	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
Q1	0,697	0,456	VALID
Q2	0,832	0,456	VALID
Q3	0,729	0,456	VALID
Q4	0,489	0,456	VALID
Q5	0,621	0,456	VALID
Q6	0,729	0,456	VALID
Q7	0,614	0,456	VALID
Q8	0,684	0,456	VALID
Q9	0,832	0,456	VALID
Q10	0,614	0,456	VALID
Q11	0,621	0,456	VALID
Q12	0,712	0,456	VALID
Q13	0,715	0,456	VALID
Q14	0,548	0,456	VALID
Q15	0,579	0,456	VALID
Q16	0,832	0,456	VALID
Q17	0,532	0,456	VALID

Sumber : Hasil Olahan Penulis (2024)

Berdasarkan tabel 6 dapat dikatakan bahwa R hitung lebih besar dari R tabel, yang mana R tabel dengan ini dapat dikatakan bahwa data instrumen yang digunakan valid (Djaali, 2020).

3. Uji *Reabilitas*

Menurut Sekaran (dalam Priyanto, 2020) Uji *reabilitas* adalah uji validitas tambahan, di mana data yang dikirim hanyalah item data yang valid dan memiliki kemampuan untuk menentukan kredibilitas instrumen. Uji *reabilitas* dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, yang pada penelitian ini digunakan kuesioner dengan skala likert.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode *Cronbach Alpha* untuk pengujian *reabilitas* instrumen. Menurut Ghozali (2019) Instrumen kuesioner dinyatakan reliabel (Handal) apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0.6

TABEL 7
UJI REABILITAS

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,904	17

Sumber : Hasil Olahan Penulis (2024)

Pada Tabel 7 menurut teori di atas hasil uji *reabilitas*, nilai *Cronbach Alpha* $0,904 > 0,6$ maka instrumen penelitian ini reliabel (Handal).

F. Jadwal Penelitian

TABEL 8
JADWAL PENELITIAN

No	Kegiatan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sept
1	Penyusunan Usulan Proposal Penelitian								
2	Penyerahan Seminar Usulan Proposal Penelitian Usulan Proposal Penelitian								
3	Uji Validitas dan Reliabilitas								
4	Seminar Usulan Proposal Penelitian								
5	Kumpul Data								
6	Olah & Analisis Data								
7	Penyelesaian Proyek Akhir								
8	Pengumpulan Proyek Akhir								
9	Sidang Proyek Akhir								
10	Revisi Hasil Sidang Proyek Akhir								

Sumber : Olah data penulis (2024)