

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Dalam KBBI arti penelitian dijabarkan sebagai kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan objektif yang digunakan untuk memecahkan suatu fenomena persoalan ataupun menguji hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum. Sekaran (2016) menjabarkan bahwa metode penelitian adalah suatu usaha yang terorganisir maupun sistematis untuk memperoleh data, memeriksa permasalahan ataupun fenomena khusus yang membutuhkan solusi.

Sedangkan menurut Darmadi (2013), metode penelitian merupakan suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis.

Dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian merupakan cara ilmiah yang sistematis untuk memperoleh data maupun informasi yang bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang membutuhkan solusi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode deskriptif. Menurut Sekaran (2016), pendekatan kuantitatif yang dipakai pada metode penelitian untuk mengumpulkan data dari sampel atau populasi yang representative, yang kemudian dianalisa untuk menjawab pertanyaan sebuah penelitian.

Sekaran (2016) menjelaskan penelitian deskriptif yaitu untuk mendapatkan data yang melukiskan hal tersebut sedangkan penelitian asosiatif sebagai penelitian yang dilakukan untuk melukiskan satu atau pun lebih faktor penyebab masalah yang dapat menerangkan bahwa variable X

menimbulkan menimbulkan Y. Melalui metode yang diterapkan pada penelitian ini penulis mencoba untuk mengamati komponen sampling dan akan membahas lebih lanjut mengenai efektifitas Personal Seling dan target pasar dari paket pernikahan yang berjalan di Hotel X Bandung.

B. Tempat Penelitian

Menurut Sugiyono (2014) menjabarkan tempat penelitian merupakan atribut, nilai seseorang, objek maupun aktifitas yang memiliki variasi khusus yang sudah ditentukan oleh penulis yang selanjutnya akan dipahami kemudian diambil keputusan. Tempat penelitian yang dipilih oleh penulis yaitu Hotel X Bandung yang merupakan salah satu bisnis hotel berbintang 5 yang terletak di pusat kota Bandung. Atas permintaan manajemen hotel penulis tidak mencantumkan nama hotel dalam penelitian ini.

C. Populasi dan Sampling

Sekaran (2016) mengatakan bahwa sampling adalah proses memilih individu, objek, ataupun peristiwa yang tepat sebagai perwakilan untuk seluruh populasi, sedangkan populasi mengarah kepada semua kelompok orang, peristiwa, ataupun hal menarik yang hendak penulis selidiki.

Penelitian ini memakai teknik *purposive sampling* dengan penulis yang menetapkan ciri-ciri tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Ada pula penjabaran Sekaran (2016) bahwa *purposive sampling* yaitu mengambil sampel yang dibatasi pada tipe orang-orang tertentu yang mampu memberi informasi yang dikehendaki karena menjadi satu-satunya yang memiliki informasi, atau yang tepat dengan berbagai kriteria yang ditentukan oleh penulis. Pada penelitian ini sesuai dengan data yang sudah diambil dari Hotel X Bandung terdapat 28 *Weddings* sepanjang

tahun 2020 maka penulis menentukan jumlah sampel sebanyak 40 responden, dimana responden tersebut sudah pernah melakukan pesta pernikahan di Hotel X Bandung.

D. Metode Pengumpulan Data

Menurut Darmadi (2013:153), metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sugiyono (2013) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan pada penjelasan diatas metode penelitian merupakan kegiatan pengumpulan data secara ilmiah yang bertujuan dan berkegunaan tertentu sesuai dengan penulis.

Sugiyono (2010:335), menjelaskan teknik analisa data merupakan proses mencari data, penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Dilihat dari pengumpulan data, penelitian ini memiliki data yang terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder, penjelasannya sebagai berikut :

1. Data Primer

Sugiyono (2008:137) sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Cara pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui penyebaran kuisioner dan wawancara secara langsung maupun daring dari pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, pihak-pihak yang dimaksud adalah karyawan Hotel X Bandung. Berikut data sekunder yang digunakan :

a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai salah satu teknik pengumpulan data ketika penulis ingin mengetahui data mengenai hal-hal yang berkaitan dengan dengan penelitian. Wawancara dilakukan secara daring mengingat kondisi pandemi saat ini. Wawancara dapat dilakukan dengan terstruktur atau sesuai dengan pedoman dan penulis sudah mengetahui informasi apa saja yang akan diperoleh. Meskipun tidak terstruktur dalam kata lain penulis tidak menggunakan pedoman wawancara yang sudah tersusun secara sistematis sebagai pengumpul datanya. Metode wawancara ini dilakukan dengan pihak Hotel X Bandung yang tujuannya untuk mengetahui keterangan tentang pemasaran khususnya *Personal Selling* yang telah sudah terlaksana.

Dalam prosesnya metode wawancara ini menggunakan pedoman wawancara yang bertujuan agar setiap sesi wawancara dapat berjalan dengan baik serta terarah, maka dari itu penyusunan setiap pertanyaan terstruktur dengan baik dan dilakukan agar dapat diteliti oleh penulis.

b. Kuisisioner

Penyebaran kuisisioner bertujuan untuk mencari data dengan pernyataan yang ditujukan kepada responden untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan penelitian. Sugiyono (2008:142) menjabarkan bahwa kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner disebar bertujuan untuk menunjukkan penilaian dari responden terhadap pelaksanaan pemasaran, mengetahui profil dan karakteristik responden yang mempunyai minat pembahasan *Personal Selling* di Hotel X Bandung.

TABEL 1
SKALA PENILAIAN KUISIONER

No.	Keterangan	Skor
1	Sangat tidak setuju	1
2	Tidak setuju	2
3	Tidak keduanya	3
4	Setuju	4
5	Sangat setuju	5

Sumber: Sekaran (2016)

2. Data Sekunder

Sekaran (2001) menjelaskan bahwa data sekunder merupakan data yang berisi informasi yang telah diperoleh penulis dari sumber yang dapat diakses dengan bebas seperti sumber yang penulis dapatkan dari internet, buku maupun jurnal.

E. Definisi Operasional Variabel

Sugiyono (2014) menjelaskan bahwa dari tiap variabel yang terdiri dari beberapa indikator yang membentuknya. Variabel penelitian merupakan apa saja dalam bentuk yang bisa dipelajari, sehingga penulis memperoleh informasi yang kemudian diolah menjadi kesimpulan.

Sekaran (2016) menjabarkan ada 2 jenis variabel pada penelitian kuantitatif, yaitu: Variable bebas (independent variable) pada penelitian ini merupakan personal selling (X) dan variable terikat (dependent variable) pada penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Pengukuran variabel menerapkan skala likert. Sekaran (2016) memaparkan bahwa skala Likert digunakan saat melakukan perhitungan beberapa item dengan konsepsi ataupun variabel tertentu yang kemudian dianalisis variabel demi variabel, namun dapat digunakan untuk menghitung skor keseluruhan maupun total bagi setiap responden dengan penjumlahan dari setiap variabel

TABEL 2
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Variabel X <i>Personal Selling</i> <i>Kotler dan Keller (2016:582)</i>	<i>Prospecting and Qualifying</i>	Kemampuan mencari prospek	Ordinal
		Kemampuan mengidentifikasi konsumen yang berkualifikasi	
	<i>Preapproach</i>	Kemampuan mencari informasi sebanyak mungkin	
		Melakukan <i>call planning</i> untuk bertemu prospek	
	<i>Presentation and Demonstration</i>	Kejelasan informasi produk	
		Penguasaan informasi produk	
		Daya Tarik persentasi	
	<i>Overcoming Objection</i>	Kemampuan menjawab pertanyaan dan keluhan	
		Kecepatan penanganan pertanyaan dan keluhan	
		Keramahan dalam penanganan pertanyaan dan keluhan	
	<i>Closing</i>	Kemampuan menutup pembicaraan	
		kejelasan informasi contact person	
		promosi yang ditawarkan	
<i>Follow Up</i>	Kemampuan komunikasi saat menindak lanjuti		
	ketepatan waktu dalam menghubungi		
Variabel Y Keputusan Pembelian <i>Kotler dan Keller (2016:187)</i>	<i>Problem Recognition</i>	Minat membeli karena kebutuhan	Ordinal
	<i>Information Search</i>	Mengumpulkan informasi tentang produk	
	<i>Evaluation of Alternatives</i>	Penilaian Produk dengan manfaat yang diharapkan	
	<i>Purchase Deciston</i>	Keyakinan terhadap pilihan produk	
	<i>Post Purchase Evaluation</i>	Kepuasan	

F. Analisis Data

1. Uji Validitas

Sugiyono (2016:177) memaparkan bahwa validitas menunjukkan tingkat akurasi anatar adata yang terbukti terjadi pada objek data yang diperoleh penulis untuk mendapatkan validitas suatu item. Uji keabsahan data ini baiknya dilakukan pada setiap pertanyaan maupun pernyataan. Bilamana koefisien antara jawaban dengan jumlah skor jawaban sama maupun diatas 0,3 jawaban tersebut dinyatakan valid, namun bila nilai korelasinya dibawah 0,3 jawaban tersebut dinyatakan tidak valid. Teknit *Product Moment* digunakan sebagai uji validitas menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Nilai korelasi

$\sum X$ = Jumlah skor keseluruhan jawaban pertanyaan X

$\sum Y$ = Jumlah skor keseluruhan jawaban pertanyaan Y

$\sum XY$ = Jumlah skor hasil kali jawaban pertanyaan X dengan pertanyaan Y

$\sum X^2$ = Jumlah skor hasil kali jawaban pertanyaan X yang
telah dikuadratkan

$\sum Y^2$ = Jumlah skor hasil kali jawaban pertanyaan Y yang telah
Dikuadratkan

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran (2016) reabilitas merupakan keandalan sebuah pengukuran memperlihatkan seberapa jauh hal itu bebas kesalahan maupun menjadi indikasi stabilitas serta konsistensi dengan instrument mengukur konsep dengan membantu menilai baiknya suatu ukuran. Sugiyono (2012: 177) menjabarkan uji reliabilitas sebagai mengukur seberapa akurat sebuah hasil pengukuran dengan memakai objek yang sama dapat menciptakan data yang sama. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a. Bila r alpha positif atau r alpha $> 0,06$ variabel itu reliable.
- b. Bila r alpha negatif atau r alpha $< 0,06$ variabel itu reliable.

3. Uji Statistik Deskriptif

Untuk menjelaskan deskripsi dari tiap variable penelitian, rentang dengan rata-rata kriteria penilaian digunakan untuk menetapkan panjang kelas interval, menggunakan rumus Sudjana (2008) sebagai berikut:

$$p = \frac{\text{rentang}}{\text{banyak kelas}}$$

Keterangan:

- p = Panjang interval kelas
- Rentang = Nilai tertinggi – Nilai terendah
- Banyak kelas interval = 5

TABEL 3
PENGUKURAN DESKRIPTIF

Skala Ukur	<i>Personal Selling</i>	Keputusan Pembelian
1 - 1,8	Sangat Buruk	Sangat Rendah
1,8 - 2,6	Buruk	Rendah
2,6 - 3,4	Cukup	Cukup
3,4 - 4,2	Baik	Tinggi
4,2 - 5	Sangat Baik	Sangat Tinggi

Sumber : Olahan Penulis

4. Uji Korelasi Rank Spearman

Sugiyono (2010) menjabarkan korelasi Rank Spearman dipakai untuk menemukan hubungan ataupun untuk menguji signifikansi hipotesis jika variable-variabel yang dihubungkan berupa ordinal serta antar variable tidak harus sama sumber datanya. Disertakan dengan rumus Korelasi Rank Spearman sebagai berikut :

$$r_s = 1 - \frac{6\sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan :

r_s = Korelasi Rank Spearman

d = Selisih Rank (X) – Rank (Y)

n = Ukuran Sampel

TABEL 4
INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 - 1,000	Sangat Kuat
0,60 - 0,799	Kuat
0,40 - 0,599	Cukup Kuat
0,20 - 0,399	Rendah
0,00 - 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2010)

5. Uji Determinasi

Ghozali (2012: 97) menjabarkan koefisien determinasi () sebagai alat ukur untuk mengetahui sejauh mana kemampuan model dalam memaparkan variasi variable dependant. Dan berguna sebagai alat hitung untuk mengetahui seberapa besar presentase pengaruhnya, maka dapat digambarkan dengan dikalikan 100%. Rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$\mathbf{KD = (r_{xy})^2 \times 100\%}$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

$F(r_{xy})^2$ = Koefisien Korelasi Product Moment

G. Jadwal Penelitian

TABEL 5
JADWAL PENELITIAN

Nama Kegiatan	Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pencarian Lokus																																								
Pengajuan TOR dan dosen pembimbing																																								
Pengumpulan dan seminar proposal usulan penelitian																																								
Revisi proposal usulan penelitian																																								
Penyusunan dan bimbingan Proyek Akhir																																								
Penyebaran Kuisisioner																																								
Pengolahan Data																																								
Sidang Proyek Akhir																																								

Sumber : Olahan Penulis