

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Jadwal Penelitian

3.1.1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian merupakan objek dari sebuah penelitian, dan penelitian ini dilakukan pada PT. Nipsea Paint And Chemicals Medan, yang beralamat Jl. K.L. Yos Sudarso Tj. Mulia Hilir Kec. Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara 20241.

3.1.2. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian merupakan kapan penelitian dilakukan atau dilaksanakan, penelitian dilakukan mulai dari Maret 2019 s/d Selesai

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2019																							
		Maret			Juli				Agust				September				Okto				Nov				
		1	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	Pengusulan Judul Penelitian																								
2.	Penyusunan Proposal																								
3.	Penunjukkan Dosen Pembimbing																								
4.	Pelaksanaan Penelitian Skripsi																								
5.	Penyusunan Skripsi																								
6.	Bimbingan Skripsi																								

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:115), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya”.

Yang mana populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT. Nipsea Paint And Chemicals Medan yang berjumlah 40 orang.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Wiratma Sujarweni (2014:65), “mengatakan sampel adalah “bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian”.

Penentu jumlah sampel yang diambil dengan menggunakan teknik sampel dimana seluruh populasi dijadikan sampel jenuh karena jumlah sedikit yaitu berjumlah 40 orang.

3.3. Sumber dan Jenis Data

Informasi dan data yang berhubungan dengan penelitian ini berasal dari pihak-pihak yang berkompeten di bidangnya masing-masing dalam kaitannya terhadap permasalahan yang akan dibahas penulis. Sumber data ini berupa :

1. Data Primer

Merupakan data yang diterima secara langsung dari perusahaan mengenai informasi yang berhubungan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini hasilnya dapat diperoleh dengan cara melakukan wawancara, observasi, kuesioner yang telah di isi langsung oleh responden.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang dikumpulkan dari sumber lain yang dapat mendukung data primer seperti buku-buku literatur, jurnal, artikel-artikel penelitian sejenis dan berbagai sumber lainnya.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan:

1. Angket (*Questioner*)

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis dalam bentuk angket kepada responden untuk dijawabnya yang ditujukan kepada konsumen PT. Nipsea Paint And Chemicals Medan menggunakan *skala likert* dalam bentuk *checklist*, dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 (lima) opsi.

Tabel 3.2.
Skala Pengukuran Likert

Pernyataan	Bobot
- Sangat Setuju (SS)	5
- Setuju (ST)	4
- Ragu-ragu (RG)	3
- Tidak Setuju (TS)	2
- Sangat Tidak Setuju (STS)	1

(Sugiyono, 2012:87)

Selanjutnya angket yang disusun diuji kelayakannya melalui pengujian validitas dan reliabilitas. Untuk mengukur validitas setiap butir pertanyaan, maka digunakan teknik korelasi *product moment*, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i) (\sum y_i)}{\sqrt{\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2} \sqrt{\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2}}$$

(Sugiyono, 2012:182) Dimana :

n = Banyaknya pasangan pengamatan

$\sum x_i$ = Jumlah pengamatan variable (x)

$\sum y_i$ = Jumlah pengamatan variable (y)

$\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel (x)

$\sum y_i^2$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel (y)

$\sum x_i^2$ = kuadrat jumlah pengamatan variabel (x)

$\sum y_i^2$ = kuadrat jumlah pengamatan variabel (y)

$\sum x_i y_i$ = Jumlah hasil kali variabel x dan y

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*

dengan rumus Alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

(Suharsimi Arikunto, 2012:193)

Dengan keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_1^2 = Varians total

Menurut Imam Ghozali (2011:42), “suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60”.

2. Studi dokumen

Teknik yang digunakan dengan mengambil data berdasarkan dokumen-dokumen atau laporan-laporan yang ada pada perusahaan yang berhubungan dengan penelitian seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi, uraian tugas dan lain-lainnya.

3. Wawancara (*Interview*)

Yaitu mengadakan tanya jawab terhadap pihak yang berkompeten memberikan data yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.5. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah merupakan petunjuk bagaimana suatu variabel diukur, definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3
Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
1.	Iklan (X_1)	Iklan adalah semua bentuk terbayar atas prestasi nonpribadi	1. Terdiri dari rangkaian ide kreatif akan promosi dalam pemasaran.	Likert

		dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang jelas	<ol style="list-style-type: none"> 2. Dapat menarik perhatian, minat, keinginan dan tindakan. 3. Mempresentasikan atau mengkomunikasikan produk dan perusahaan secara eksplisit 4. Pembaca mampu menangkap informasi yang disediakan. 5. Mengandung pesan yang dapat dimengerti pelanggan. 	
2.	<i>Customer Gathring (X₂)</i>	<i>Customer gathering</i> adalah salah satu bentuk business manajemen yang memperhatikan bagaimana pelanggan merasakan kepuasan dari perusahaan terhadap produk dan pelayanannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apresiasi kepada langganan atas loyalitas mereka menggunakan dan menjual produk perusahaan secara berkesinambungan. 2. Meningkatkan hubungan dengan pelanggan perusahaan. 3. Informasi Perkembangan Perusahaan 4. Launching produk baru 5. Promosi penjualan 	Likers
3.	Tingkat Penjualan (Y)	Suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi dan Kemampuan Penjualan. 2. Kondisi Pasar 3. Modal 4. Kondisi Organisasi Perusahaan. 5. Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah 	Likers

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut. Adapun teknik analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terdapat distribusi normal antara variabel terikat dan variabel bebas. Apabila distribusi data normal atau mendekati normal, berarti model regresi adalah baik. Pengujian untuk menentukan data terdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan uji statistik nonparametrik. Uji statistik non-parametrik yang digunakan adalah uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov (1-Sample K-S)*. Apabila hasilnya menunjukkan nilai probabilitas signifikan di atas 0,05, maka variabel terdistribusi normal.

2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang dibagikan. Kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan nilai variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2012:348), “instrumen yang valid adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur”.

Alat analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas data adalah dengan koefisien korelasi menggunakan bantuan *software* SPSS. Korelasi setiap item pertanyaan dengan total nilai setiap variabel dilakukan dengan uji

korelasi Pearson atau dengan rumus korelasi *product moment*. Nilai r_{xy} yang diperoleh akan dikonsultasikan dengan harga r *product moment* tabel pada taraf signifikansi 0,05. Bila $r_{xy} > r_{tab}$ maka item tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui butir-butir pernyataan yang gugur karena tidak valid.

3. Uji Regresi Sederhana

Untuk menguji apakah ada pengaruh variabel x terhadap variabel y secara parsial digunakan korelasi sederhana (*product moment*) dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i) (\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

4. Uji t

Sedangkan untuk uji signifikansi parameter individual digunakan Uji t dengan rumus :

$$t = \frac{r_{xy} \sqrt{n-1}}{\sqrt{1 - (r_{xy})^2}}$$

(Sudjana, 2010:377)

Untuk mengetahui derajat keeratan secara serempak variabel iklan dan customer gathering terhadap variabel tingkat penjualan, maka digunakan korelasi ganda dengan rumus :

$$R_{y.x_1.x_2} = \sqrt{\frac{n_2 y_{x_1} + r^2 x_{y_2} . r_{x_1 x_2}}{1 - r^2 x_1 x_2}}$$

(Sugiyono, 2012:213)

Dimana :

$R_{y.x_1.x_2}$ = Korelasi antara X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y .

r_{yx_1} = Korelasi antara X_1 dengan Y

r_{yx_2} = Korelasi antara X_2 dengan Y

$r_{x_1x_2}$ = Korelasi antara X_1 dengan X_2

5. Uji F

Selanjutnya dilakukan uji signifikansi Simultan (Uji Statistik F) dengan rumus:

$$F_h = \frac{R^2 (N - m - 1)}{m (1 - R^2)}$$

(Sugiyono, 2012:218)

Untuk mempermudah penulis dalam pengolahan dan penganalisisari data, penulis dibantu oleh program komputer yaitu *Statistical Program For Social Science* (SPSS) versi 22.0.