

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang peneliti rumuskan, maka tujuan operasional penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan yang tepat atau sah, benar, valid, dan dapat dipercaya atau reliable dan dapat diandalkan, tentang pengaruh personal selling terhadap volume penjualan wiraniaga pada PT.Bayu Termalindo Utama.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT.Bayu Termalindo Utama di Jakarta. Penelitian ini berlangsung selama 2 bulan.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan korelasional. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (*Personal selling*) dengan variabel terikat (Volume penjualan wiraniaga). Seperti apa yang disampaikan oleh Kerlinger, bahwa

Metode survey merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan

kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis²⁰.

Sedangkan pendekatan korelasional adalah “untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa eratnya hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan itu²¹.

D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya²². Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan di perusahaan PT Bayu Termalindo Utama, dan populasi terjangkau sebanyak 40 orang dari divisi penjualan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut²³. Sampel diambil sebanyak 32 karyawan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Teknik ini dipakai berdasarkan pertimbangan bahwa setiap unsur atau karyawan memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Teknik ini digunakan dengan harapan dapat terwakilinya data dari populasi tersebut.

²⁰ Sugiyono, *op.cit.*, h. 7

²¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta : Rineka Cipta, 2002),h. 239

²² Sugiyono, *Op.Cit.*, p.117

²³ *Ibid*, p.118

E. Teknik Pengumpulan Data/Instrumen Penelitian

Penelitian ini meneliti dua variabel, *Personal Selling* sebagai variabel independen (dengan simbol X) dan Volume Penjualan sebagai variabel dependen (dengan simbol Y). Instrumen penelitian untuk mengukur kedua variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. *Personal Selling*

a. Definisi Konseptual

Personal selling ialah cara promosi yang terjadi dari komunikasi langsung antara penjual dan pembeli yang dapat menciptakan hubungan jangka panjang ataupun sebaliknya..

b. Definisi Operasional

Personal Selling meliputi 1) Mencari dan menyeleksi langganan baru (*prospecting*), 2) Pendekatan pendahuluan (*preproach*), 3) Pendekatan (*approach*), 4) Penyajian dan Peragaan (*presentation*), 5) Mengatasi Keberatan (*handling the objek*), 6) Penutupan Penjualan (*closing the sale*), 7) Tindak Lanjut (*follow Up*)

Penyusunan butir instrument diukur dengan menggunakan kuesioner yang disebar keresponden berdasarkan pengukuran model skala likert.

c. Kisi-kisi Instrumen *Personal Selling*

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini memberikan gambaran seberapa instrumen ini mencerminkan indikator-indikator variabel *Personal Selling*. Penyusunan kuesioner dilakukan berdasarkan indikator dan sub indikator dari variabel *Personal Selling*.

Tabel III.1

Kisi-kisi Instrumen *Personal Selling*

INDIKATOR	Uji Coba		DROP	Valid		No item final	
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
1. Mencari langganan baru. (<i>Prospecting</i>)	1,6	5,10	10	1,6	5	1,6	5
2. Pendekatan pendahuluan (<i>Preapproach</i>)	2,11	9,13	9	2,11	13	2,8	10
3. Pendekatan (<i>Approach</i>)	8,12	4,14	-	8,12	4,14	7,9	4,11
4. Penyajian dan peragaan (<i>Presentation</i>)	3,17	16,18	-	3,17	16,18	3,14	13,15
5. Mengatasi keberatan (<i>Handling the objection</i>)	19,21	7,20	7	19,21	20	16,18	17
6. Penutupan penjualan	22,24	23,25	-	22,24	23,25	19,21	20,22
7. Tindak lanjut (<i>Follow up</i>)	15,27,28	26,29,30	26	15,27,28	29,30	12,24,25	23,26

Untuk mengisi setiap butir pertanyaan dalam instrumen penelitian dengan Model Skala Likert, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif

yang telah disediakan. Dan lima alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut;

Tabel III.2

Skala Penilaian Instrumen *Personal Selling*

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu(RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen *Personal Selling*

Proses pengembangan instrumen bauran pemasaran dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk skala Likert yang mengacu kepada indikator-indikator variabel *Personal Selling* seperti yang terlihat pada tabel III.1

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dan sub indikator dari variabel *Personal Selling* sebagaimana telah tercantum pada tabel III.1. Setelah disetujui

selanjutnya instrumen diujicobakan kepada 30 sample karyawan bagian penjualan di perusahaan lain yang bergerak di bidang penjualan yang sama.

Data Hasil Uji Reliabilitas Variabel X
Personal Selling

No.	Varians
1	0.78
2	0.72
3	0.36
4	0.77
5	0.81
6	0.85
7	0.64
8	0.63
9	0.44
10	0.81
11	0.93
12	0.61
13	0.29
14	0.89
15	0.60
16	0.45
17	0.80
18	0.73
19	0.37
20	0.86
21	1.00
22	0.45
23	0.70
24	0.86
25	0.96
26	0.86
Σ	18.14

1. Menghitung Varians tiap butir dengan rumus contoh butir ke 1

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{377 - \frac{103^2}{30}}{30} = 0.78$$

2. Menghitung varians total

$$S_t^2 = \frac{\sum X_t^2 - \frac{(\sum X_t)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{225556 - \frac{2574^2}{30}}{30} = 156.8$$

3. Menghitung Reliabilitas

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

$$= \frac{26}{26-1} \left(1 - \frac{26}{156.9} \right) = 0.920$$

Kesimpulan

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa r_{ii} termasuk dalam kategori (0,800 - 1,000). Maka instrumen memiliki **reliabilitas yang sangat tinggi**

2. Volume Penjualan

a. Definisi Konseptual

jumlah yang dipandang dari hubungan biaya dalam perusahaan dapat memperkirakan target unit penjualan untuk memperoleh laba yang ditentukan.

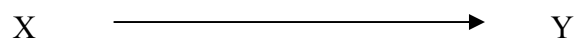
b. Definisi Operasional

jumlah benda – benda yang terjual selama jangka waktu tertentu yang di pengaruhi dua faktor yaitu target penjualan dan jumlah penjualan.

Penyusunan butir instrument diukur dengan menggunakan kuesioner yang disebar keresponden berdasarkan pengukuran model skala likert.

F. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara variabel X (*Personal selling*) dengan variabel Y (Volume penjualan Wiraniaga), maka konstelasi hubungan antara variabel X dan Y adalah sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel (X) : *Personal selling*

Variabel (Y) : Volume Penjualan Wiraniaga

—————> : Arah Hubungan

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi korelasi, dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Mencari persamaan regresi

Untuk mencari persamaan regresi digunakan rumus:

$$\hat{Y} = a + bX^{24}$$

Dimana nilai a dan b dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} \quad \text{dan} \quad a = \bar{Y} - b\bar{X}^{25}$$

$$\text{Dimana: } \sum xy = \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{N}$$

$$\sum x^2 = \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}$$

$$\sum y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

2. Uji persyaratan analisis

a. Uji Normalitas Data

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui data yang diperoleh dan yang akan diolah memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian dilakukan terhadap galat taksiran regresi Y atas X dengan menggunakan Liliefors pada taraf signifikan (α) = 0,05

Hipotesis statistik:

²⁴ Sudjana, *Metoda Statistika*, (Bandung: Tarsito, 2002), h. 315

²⁵ *Ibid.*

Ho : Regresi Y atas X berdistribusi normal

Hi : Regresi Y atas X berdistribusi tidak normal

Kriteria Pengujian:

Jika $L_o < L_{tabel}$ maka Ho diterima, berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas Regresi

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi tersebut merupakan bentuk linear atau non linear.

Hipotesis statistik :

Ho : $Y = \alpha + \beta X$

Hi : $Y \neq \alpha + \beta X$

Kriteria pengujian linearitas regresi adalah :

Tolak Ho, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka bentuk regresi non linear.

Terima Ho, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka bentuk regresi linier.

Persamaan regresi dinyatakan linier jika menerima Ho.

Langkah perhitungan keberartian regresi dan linearitas regresi dapat menggunakan tabel Anava seperti yang digambarkan tabel III. 6 berikut ini,

Tabel III. 6
Tabel Analisis Varians (ANAVA)²⁶

Sumber Varians	DK	Jumlah Kuadrat	Rata-rata jumlah kuadrat (RJK)	F hitung	F tabel
Total (T)	N	$\sum Y^2$	-	-	-
Regresi (a)	1	$\frac{(\sum Y)^2}{N}$	-	-	-
Regresi (b/a)	1	b. $\sum xy$	$\frac{JK(b/a)}{db(b/a)}$	*)	$\frac{F(1-\alpha)}{(1,n-2)}$
Residu (S)	n-2	JK (T)-JK(a)-JK(b/a)	$\frac{JK(S)}{db(s)}$	RJK(b/a) RJK(S)	
Tuna Cocok (TC)	k-2	JK(S)-JK(G)	$\frac{JK(TC)}{db(TC)}$	ns)	$\frac{F(1-\alpha)}{(k-2,n-k)}$
Galat (G)	n-k	$\sum \left\{ \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \right\}$	$\frac{JK(G)}{Db(G)}$	RJK(TC) RJK(G)	

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti

ns) Persamaan regresi linier

3. Uji Hipotesis

a. Uji Keberartian Regresi

Uji keberartian regresi ini digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berarti atau tidak berarti dengan kriteria $F_{hitung} > F_{tabel}$.

²⁶ *Ibid.*, h.332

Dengan hipotesis statistik :

Ho : $\beta \leq 0$

Hi : $\beta > 0$

Kriteria pengujian keberartian regresi adalah :

Tolak Ho jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi berarti

Terima Ho jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka regresi tidak berarti.

Regresi dinyatakan berarti (signifikan) jika menolak Ho.

b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Menghitung koefisien korelasi product moment (r_{xy}) dari Pearson dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2) (\sum y^2)}}^{27}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi X dan Y

$\sum xy$ = jumlah perkalian skor X dan skor Y

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat skor X

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat skor Y

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat skor Y

Perhitungan koefisien korelasi juga dilakukan untuk mengetahui tingkat keterikatan hubungan antara variabel X dan variabel Y.

²⁷ Sugiyono, *op. cit.*,h.212

c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)

Untuk mengetahui signifikansi koefisien korelasi digunakan rumus uji t yaitu sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r \sqrt{n-2}}{r \sqrt{1-r^2}}$$

keterangan :

t_{hitung} : Skor signifikan koefisien korelasi

r : Koefisien korelasi product moment

n : Banyaknya data

Hipotesis Statistik :

$H_0 : \rho \leq 0$

$H_1 : \rho > 0$

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

Terima H_0 bila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka koefisien korelasi tidak signifikan

Tolak H_0 bila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka koefisien korelasi signifikan

Hal ini dilakukan pada taraf signifikan (α) = 0,05 dengan derajat kebebasan (DK) = $n-2$. Jika H_0 ditolak maka koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan antara variabel X dan Y terdapat hubungan yang positif.

d. Perhitungan Koefisien Determinasi

Selanjutnya diadakan perhitungan koefisien determinasi (penentu) yaitu untuk mengetahui besarnya variabel Y yang

²⁸ *Ibid.*, h.216

ditentukan oleh variabel X. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r_{xy}^2$$

Keterangan:

KD = koefisien determinasi

r_{xy} = koefisien korelasi product moment

²⁹ M. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 99