

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada PT. World Innovative Telecommunication Cabang Kator Serang yang berlokasi di Komplek Ruko Titan Arum No. 135D, Jl. Raya Cilegon, Drangong Kec. Taktakan, Kota Serang, Banten 42162. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini dimulai sejak pembuatan proposal skripsi sampai dengan selesai.

B. Jenis Penelitian dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan tipe penelitian jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer ialah data yang diperoleh dari responden melalui kuisisioner, kelompok fokus, dan panel atau juga hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada

pengumpul data. Data primer merupakan data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama di lapangan, seperti wawancara maupun hasil mengisi kuisioner.¹

2. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer biasanya di dapat dari subyek penelitian dengan cara melakukan pengamatan, percobaan, interview atau wawancara. Cara untuk mendapatkan data primer biasanya melalui observasi atau pengamatan langsung, subyek diberi lembar yang berisi pertanyaan untuk di isi, pertanyaan yang ditujukan kepada responden.²

C. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder, dalam suatu penelitian pengumpulan data merupakan langkah yang

¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, h. 31 & 89.

² V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endaryanto, *Statistika untuk Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu,2012), h. 21.

sangat penting, karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Wawancara

Proses pemeroleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab bisa sambil bertatap muka ataupun tanpa tatap muka yaitu melalui media telekomunikasi antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai, dengan atau menggunakan pedoman. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang di angkat dalam penelitian.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah suatu karangan studi karya ilmiah yang berisi pendapat berbagai pakar mengenai suatu masalah, yang kemudian ditarik kesimpulannya dan juga penelitiannya baik yang didapa dari buku-buku teori yang di bahas dengan cara

meninjau, membaca dan mempelajari berbagai macam buku, jurnal dan informasi dari internet yang berhubungan dengan penelitian.

c. Kuesioner (angket)

Kuisisioner adalah alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau tertulis kepada responden. Menurut Iskandar kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa di harapkan dari responden.³

Skala pengukuran kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan Skala Likret digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dengan Skala Likret, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun butir-butir pertanyaan. Jawaban setiap butir

³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, h. 30

pertanyaan menggunakan Skala Likret dapat berupa kata-kata dan pemberian skoring, sebagai berikut ini:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) : skor/bobot 1
- b. Tidak Setuju (TS) : skor/bobot 2
- c. Netral (N) : skor/bobot 3
- d. Setuju (S) : skor/bobot 4
- e. Sangat Setuju (SS) : skor/bobot 5

d. Observasi

Observasi adalah suatu kegiatan mendapatkan informasi yang digunakan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi dan hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, atau suasana tertentu.⁴

e. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian mengenai hal-hal variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, koran, majalah, prasasti, notulen rapat, lager

⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, h. 31

nilai, agenda dan lain-lain.⁵ Untuk itu dalam penelitian ini, metode dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil data kepada perusahaan dengan cara membagikan kuisioner untuk dapat di uji kepastiannya.

2. Pengolahan Data

a. Populasi

Pengertian populasi (universal), menurut Sugioyono dalam buku “Statistika Untuk Penelitian” adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik suatu kesimpulannya. Problematik yang terdapat dalam pemilihan data kuantitatif yang lebih menekankan pada data kuantitatif, sedangkan data kuantitatif sebaliknya menekankan pada analisis data kualitatif, jadi populasi (*population*) data yang diteliti, yaitu berkaitan dengan sekelompok orang, kejadian atau semua yang mempunyai karakteristik tertentu dan anggota populasi itu disebut

⁵ Jhony Dimiyati, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya pada Anak Usia Dini (PAUD)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), h 100.

dengan elemen populasi (*population element*). Menurut Indriantoro dan Supomo popuasi yakni masalah populasi timbul terutama pada penelitian opini yang menggunakan metode survei, sebagai teknik pengumpulan data. Oleh karenanya penelitian ini populasinya ialah sales penjual (*Marketing Executive*) produk yang ada di perusahaan tersebut.⁶

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbiasaan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari opulasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulanya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul presentatif (mewakili).

⁶ Ruslan Rosady, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), h.133

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluangkesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball*. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *sampling incidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁷ Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus slovin,⁸ yaitu :

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

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populai

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan

pengambilan sampel

⁷ Suugiyono, *Metode Penelitian Mnajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h.152

⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, h. 82

yang masih dapat ditolelir atau diinginkan, yaitu 10%

$1 =$ bilangan konstan

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

$$n = \frac{220}{1 + (220 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{220}{3,2}$$

$$n = 68$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka ukuran sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 68 orang.

D. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*). Jika r hitung $>$ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,1) maka instrument atau item-item pertanyaan

berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan suatu indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dilakukan realibel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konstan atau stabil dari waktu ke waktu. Kriteria suatu instrument penelitian dilakukan realibel dengan menggunakan teknik ini bila alpha cronbach (α) $> 0,6$.⁹

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi bertujuan untuk mengkaji pengaruh antara variabel satu dengan yang lain. Variabel yang dipengaruhi tersebut variabel terikat atau dependen, sedangkan variabel yang mempengaruhi tersebut variabel bebas atau variabel independen.

⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, h. 154

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana adalah regresi yang memiliki satu variabel dependen dan satu variabel independen.¹⁰

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Variabel dependen (nilai yang dipreiksikan)

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

X = Variabel independen.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data yang dapat mengikuti atau mendekati sebaran normal. Pada prinsipnya normalitas dapat diketahui dengan menggunakan uji statistik non-

¹⁰ V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endaryanto, *Statistik Untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011) h.59

parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). dengan melihat test statistic Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikan 5%. Apabila hasil output menunjukkan nilai diatas signifikansi 0,05 berarti data residual berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang dimiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai tolerance VIF (*Variance Inflation Factory*) kurang dari 10 dan atau nilai tolerance lebih dari 0,10 maka multikolinearitas tidak terjadi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas dan di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola. cara yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas melalui uji Glester.¹¹

d. Uji Auto Korelasi

Auto korelasi bertujuan untuk melihat apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan

¹¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, h. 155

pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya).

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah auto korelasi dengan uji Durbin Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut¹²:

1) Jika tidak ada korelasi positif:

- a. $d < d_L$: menolak H_0
- b. $d > d_u$: tidak menolak H_0
- c. $d_L \leq d \leq d_u$: pengujian tidak meyakinkan

2) Jika tidak ada korelasi negatif:

- a. $d > 4-d_L$: menolak H_0
- b. $d < 4-d_u$: tidak menolak H_0
- c. $4-d_u \leq d \leq 4-d_L$: pengujian tidak meyakinkan

3) Jika tidak ada auto korelasi baik positif atau negatif

- a. $d < d_L$: menolak H_0
- b. $d > 4-d_L$: menolak H_0
- c. $d_u < d < 4-d_u$: tidak menolak H_0

¹² Damodar Gujarati & Sumarno Zain, *Ekonometrika Dasar* (Jakarta: Erlangga), h.217-218

4) Pengujian tidak meyakinkan jika:

a. $d_L \leq d \leq d_u$

b. $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_L$

4. Uji Hipotesis

a. Uji parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).¹³

Uji t digunakan untuk mengetahui diterima atau ditolaknya hipotesis, dengan cara membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} dengan kesalahan 5% (0,05). Dengan kriteria pengujian :

1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

¹³ Nachrowi D Nachrowi dan Hardius Usman, *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika* (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 2006), h. 19

- 2) Jika angka signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dan jika angka signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Rumus : $t \text{ tabel} = n-k-1$

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi. Atau dengan kata lain, angka tersebut dapat mengukur seberapa dekatkah garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya. Nilai determinasi ini mencerminkan seberapa besar variabel dari variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X . Bila nilai Koefisien Determinasi sama dengan 0 artinya variasi dari Y tidak dapat diterima oleh X sama sekali. Sementara bila nilai Koefisien Determinasi 1, maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. Dengan demikian baik atau buruknya persamaan regresi ditentukan oleh R^2 -nya yang mempunyai nilai antara nol dan satu. Dalam hal ini nilai koefisien determinasi sama dengan

satu berarti ragam naik turunya Y seluruhnya disebabkan oleh X .¹⁴

E. Operasional Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis, variabel dapat didefinisikan sebagai atribut tentang seseorang atau objek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu objek yang lain. Dan variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu. Tinggi, berat badan, sikap, motivasi, kepemimpinan, disiplin kerja merupakan atribut-atribut dari setiap orang. Menurut hubungan antara variabel dengan variabel lain dalam penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu¹⁵ :

¹⁴ Nachrowi D Nachrowi dan Hardius Usman, *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika*, h. 20

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan Kuantitatif*, h. 96-97

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas atau *independence variabel*. Variabel ini sering disebut variabel *stimulus, predictor, atendent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabl bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahanya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Biasanya dinotasikan dengan simbol X. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Target Pencapaian Penjualan (X)*.

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat atau dependen, variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah *Keuntungan Sales (Y)*.

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Pernyataan	Skala
1.	Variabel (X) Target pencapaian penjualan	Target Penjualan (Sales Target), adalah unit atau value (Rp.) dari produk atau jasa yang harus dijual oleh sales atau team dalam periode tertentu di area penjualan yang telah ditentukan. Dengan target penjualan yang jelas, maka tim penjualan akan bisa berkembang dengan baik, artinya upaya	1. Penjualan tercapai 2. Harga produk kompetitif 3. Kualitas produk baik 4. Motivasi kerja karyawan	1. Point no.1, 2 2. Point no. 3, 4, dan 5 3. Point no. 6, 7, 8, dan 9 4. Point no. 10	Skala Likert

		untuk mencapai tersebut akan lebih realistis. ¹⁶			
2.	Variabel (Y) Keuntungan sales	Sistem yang digunakan organisasi/perusahaan dalam memberikan tambahan penghasilan dapat mempengaruhi motivasi kerja dan kepuasan kerja karyawan. ¹⁷	1. Mencukupi kebutuhan hidup 2. Mendapat bonus penghasilan 3. Mendapat diskon harga produk 4. Fasiitas oleh perusahaan	1. Point no 1, 2 2. Point no 3, 4 3. Point no 5, 6, dan 7 4. Point no 8, 9, dan 10	Skala Likert

¹⁶ <http://distribusipemasaran.com>, *Cara Menetapkan Target Penjualan (Sales Target) Yang Efektif*. Diakses tanggal 30 Agustus 2019.

¹⁷ Wibowo, *Manajemen Kinerja*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h.347