

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah Lembaga Bimbingan Belajar *Sony Sugema Collage (SSC)* yang bertempat di Jln. Yos Sudarso nomor 184, Desa Janti, Kecamatan Mojoagung, Kabupaten Jombang. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut sebagai tempat penelitian karena lembaga bimbingan belajar (SSC) berada di dekat SMA Mojoagung, SMA Muhammadiyah, dan SMP Negeri 2 Mojoagung sehingga dirasa lokasi tersebut sangat strategis didirikan lembaga bimbingan belajar.

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

Pendekatan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang identik dengan pendekatan deduktif, yaitu berangkat dari persoalan umum (*teori*) ke hal khusus sehingga penelitian harus ada landasan teorinya (Asnawi dan Masyhuri, 2011: 20).

Metode-metode dalam penelitian kuantitatif pada umumnya melibatkan proses pengumpulan, analisis, dan interpretasi data, serta penulisan hasil-hasil penelitian. Tetapi, dalam penelitian survei atau eksperimen kuantitatif, misalnya, metode-metode ini muncul lebih spesifik, yang biasanya berhubungan dengan identifikasi sampel dan populasi, penentuan strategi, pengumpulan dan analisis data, penyajian hasil penelitian, penafsiran, dan penulisan hasil penelitian (John W. Creswell, 2012: 5)

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Suharsimin, (2010: 173) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila peneliti ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. studi penelitiannya juga disebut populasi atau studi sensus.

Danang, (2013: 130) menjelaskan bahwa populasi atau *universe* adalah jumlah keseluruhan objek (satuan-satuan atau individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga. Satuan-satuan atau individu-individu ini disebut unit analisis.

Sedangkan menurut Malhotra, (2009: 366 - 371) menjelaskan bahwa populasi sasaran merupakan kumpulan atau elemen yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti yang inferensi tentangnya akan dibuat.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel kuota adalah cara untuk menentukan sampel dari populasi yang memiliki kriteria tertentu sampai kuota yang diinginkan terpenuhi. (Sugiyono, 2010 dalam Yulianti, 2013).

Kemudian digunakan metode *Accidental Sampling*, yaitu teknik yang dengan sengaja memilih sampel kepada siapa pun yang ditemuinya oleh peneliti pada tempat, waktu, dan acara yang ditentukan. (Sukardi, 2008 dalam Yulianti, 2013).

Menurut Malhotra dalam Asnawi dan Masyhuri, (2011: 143) responden yang akan dijadikan sebagai sampel dalam penelitian dengan populasi yang tidak diketahui jumlahnya, maka ditentukan paling sedikit adalah 4 sampai 5 kali jumlah item

pernyataan. Penelitian ini menggunakan 20 pernyataan. Sehingga jumlah sampel yang diambil adalah 100 sampel (20 pernyataan kali 5).

3.5 Data dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam menyusun laporan penelitian ini adalah menggunakan sumber data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut Suharsimin, (2010: 172) menjelaskan bahwa sumber data primer dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian, baik pertanyaan tertulis maupun lisan.

Menurut Danang Sunyoto, (2013: 131) menjelaskan bahwa data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian, meliputi karakteristik responden dan persepsi responden terhadap variabel penelitian (bauran promosi dan keputusan memilih).

2. Data Sekunder

Menurut Danang Sunyoto, (2013: 131) Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan organisasi yang bukan pengelolanya.

J. Supranto, (1993: 5) Data Sekunder adalah data yang dihimpun dalam bentuk yang sudah ada dan sudah jadi serta dapat dipublikasikan data tersebut sudah dikumpulkan dan diolah oleh lembaga bimbingan belajar yang dihimpun.

Moehar Daniel, (2002: 113) menjelaskan bahwa data sekunder adalah data yang sudah tersedia dalam berbagai bentuk. Biasanya sumber data ini sebagai data statistik atau data yang sudah diolah sedemikian rupa sehingga siap digunakan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi (Soeratno dan Lincoln dalam Danang Sunyoto 2013 : 132)

Kuesioner (*questionnaire*) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Menurut Sugiyono dalam Asnawi dan Masyhuri, (2011: 162)

Menurut Maholtra dalam Asnawi dan Masyhuri, (2011: 162) sebuah kuesioner, baik disebut formulir atau skedul, bentuk wawancara atau instrument pengukuran, merupakan serangkaian pertanyaan yang diformulirkan untuk mendapatkan informasi dari responden secara lengkap.

3.6.2 Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda – benda tertulis, seperti buku – buku, majalah, dokumen, peraturan – peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya. Teknik ini digunakan untuk mengambil data internal perusahaan seperti sejarah perusahaan, profil perusahaan, struktur organisasi. Dalam penelitian ini peneliti mencari informasi dari majalah, brosur, internet dan sebagainya yang berhubungan dengan bauran promosi yang dilakukan oleh SSC agar memperoleh landasan teori dan data yang dapat menunjang penelitian. Arikunto dalam Asnawi dan Mansyhuri, (2011: 163)

Selanjutnya dalam pengumpulan data menggunakan Skala Likert yang berfungsi memberikan skor untuk setiap pertanyaan kuesioner yang dibagikan.

Tabel 3.1
Instrumen Skala Likert

No.	Pertanyaan	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang setuju (KS)	3
4	Tidak setuju (TS)	2
5	Sangat tidak setuju (STS)	1

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Indriantoro dan Bambang, (2002: 348) menjelaskan bahwa definisi operasional variabel merupakan penjelasan mengenai cara-cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur *construk* menjadi variabel penelitian yang dituju.

Penelitian ini menggunakan variabel bebas dan terikat sebagai berikut :

1. Variabel bebas (*independen variable*) dalam penelitian ini adalah periklanan/*advertising* (X1), penjualan personal/*personal selling* (X2), promosi penjualan/*sales promotion* (X3), hubungan masyarakat/*public relation* (X4), dan pemasaran langsung/ *direct marketing* (X5).
2. Variabel terikat (*dependen variable*) dalam penelitian ini adalah keputusan memilih bimbingan belajar (Y).

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item
1.	Bauran promosi (X1)	1. Periklanan/ <i>advertising</i> (X1)	1. Surat kabar 2. Brosur 3. Radio 4. Spanduk
		2. Penjualan personal/ <i>personal selling</i> (X2)	1. Pelayanan yang memuaskan 2. Kecakapan berkomunikasi 3. Sikap staf pengajar kepada siswa
		3. Promosi penjualan/ <i>sales promotion</i> (X3)	1. Diskon/ potongan harga 2. Hadiah-hadiah 3. Sampel
		4. Hubungan masyarakat/ <i>public relation</i> (X4)	1. Event 2. Sponsorship (mensponsori beberapa acara) 3. Kegiatan sosial
		5. Pemasaran langsung/ <i>direct marketing</i> (X5)	1. Pemasaran melalui web 2. Pelayanan melalui email
2.	Keputusan memilih (Y)	1. Keputusan memilih bimbingan belajar (Y)	1. Tanggapan atas informasi iklan 2. Pelayanan yang baik 3. Promosi yang dilakukan SSC 4. Citra perusahaan 5. Komunikasi pemasaran produk

Sumber: data primer diolah (2014)

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.8.1.1 Uji Validitas

Pada banyak penelitian, desain penelitian yang dilakukan menggunakan instrumen kuesioner. Dalam kuesioner tersebut terdapat uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat

dipertanggungjawabkan kebenarannya (Singarimbun dalam Danang Sunyoto 2013 : 132)

Valid tidaknya suatu item instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks kolerasi *product moment* Pearson dengan level signifikan 5% dengan nilai kritisnya, di mana r dapat digunakan rumus :

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

Keterangan :

r = koefisien korelasi

n = banyaknya sampel

X = skor item X

Y = skor item Y

Apabila nilai signifikansi (sig) hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka dinyatakan valid dan sebaliknya dinyatakan tidak valid (artinya butir pertanyaan tersebut gugur).

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas (*reliability*) suatu pengukur menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrumen yang mengukur suatu konsep dan berguna untuk mengakses “kebaikan” dari suatu pengukur (Sekaran dalam Jogiyanto 2013 : 38)

Menurut Jogiyanto (2013 : 43) menjelaskan bahwa reliabilitas adalah tingkat seberapa besar suatu pengukur mengukur dengan stabil dan konsisten. Besarnya tingkat reliabilitas ditunjukkan oleh nilai koefisiennya, yaitu koefisien reliabilitas. Koefisien reliabilitas mengukur tingginya reliabilitas suatu alat ukur.

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Konsistensi disini berarti kuesioner tersebut konsisten jika digunakan untuk mengukur konsep atau konstruk dari suatu kondisi ke kondisi yang lain. Misalnya kita memiliki kuesioner yang mengukur kepuasan konsumen pada penelitian yang lain. Pada program SPSS, metode ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, dimana kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Rumus digunakan untuk *Cronbach's Alpha* :

$$r_n = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

- r_n = reliabilitas instrumen
- k = banyaknya butir pertanyaan
- σ_b^2 = jumlah varian
- σ_t^2 = total varian

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk melihat model kemungkinan adanya gejala heteroskedastisitas, yaitu menunjukkan adanya varian yang tidak konstan dari variabel residual, multikolinearitas yang merupakan keadaan dimana satu atau lebih variabel bebas dapat dinyatakan sebagai kombinasi dari variabel bebas lainnya, dan uji autokorelasi yaitu menunjukkan keadaan dimana kesalahan pengganggu antara periode t dengan $t-1$ dalam regresi linear (Gujarati dalam Danang Sunyoto 2013 : 133)

Model regresi akan menghasilkan persamaan yang baik apabila memenuhi pengujian sebagai berikut:

3.8.2.1 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan sebagai upaya untuk menentukan ada dan tidaknya korelasi yang sempurna atau mendekati hubungan yang sempurna. Menurut Hasan dalam Danang Sunyoto 2013 : 134) non multikolinearitas adalah hubungan antara variabel bebas yang satu dengan variabel yang lain dalam model regresi tidak terjadi hubungan yang sempurna ataupun hubungan yang mendekati sempurna. Kekuatan hubungan korelasi diukur berdasarkan skala r adalah 0 sampai dengan 1 (berlaku untuk r positif maupun negatif).

Pedoman untuk mendeteksi multikolinearitas adalah :

a. Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*

Mempunyai Nilai VIF ± 1

Mempunyai angka *Tolerance* ± 1

Atau *Tolerance* = $1/\text{VIF}$ dan $\text{VIF} = 1/\text{Tolerance}$

Dan apabila Nilai VIF > 5 dipastikan terjadi *Multikolinearitas*

(Untuk menilai VIF dan *Tolerance* dilihat pada tabel *Coefficients*)

b. Besar korelasi antar variabel independen bebas multikolinearitas

Koefisien korelasi harus lemah ($<0,5$)

Jika ada nilai $r >0,5$ harus dikeluarkan dari model.

(Untuk menilai koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel *Coefficients Correlations*)

Muhammad Sulhan (2011:18)

3.8.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti variasi (varians) variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Pada heteroskedastisitas, kesalahan yang terjadi random (acak) tetapi

memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas. Misalnya heteroskedastisitas akan muncul dalam bentuk residu yang semakin besar, apabila pengamatan semakin besar atau rata-rata residu akan semakin besar untuk variabel bebas X yang semakin besar. Heteroskedastisitas yang ada dalam regresi dapat menyebabkan (Hasan dalam Danang Sunyoto 2013 : 135) :

1. Penaksir (estimator) yang diperoleh menjadi tidak efisien, hal itu disebabkan variansnya sudah tidak minim lagi (tidak efisien).
2. Kesalahan baku koefisien regresi akan terpengaruh, sehingga memberikan indikasi yang salah dan koefisien determinasi memperlihatkan daya penjelasan terlalu besar.

Menurut Sulhan (2011 : 16) Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil dengan semua variabel bebas. Jika signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas.

Untuk menilai berdasarkan grafik *scatter plot* dimana:

- a. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar (secara acak) di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu y maka tidak terjadi heteroskedastisitas,
- b. Jika ada pola tertentu serta titik-titik yang membentuk pola tertentu diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y maka terjadi heteroskedastisitas.

3.8.2.3 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji

normalitas adalah dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirno*. Jika nilai signifikansi dari hasil uji *kolmogorov-smirno* $> 0,05$, maka asumsi normalitas terpenuhi.

- a. Apabila nilai Sig. $\geq 0,05$ (di atas α), maka H_0 ditolak, artinya data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.
- b. Apabila nilai Sig. $< 0,05$ (di bawah α), maka H_0 diterima. Artinya data yang digunakan tidak berasal dari distribusi normal.

3.8.2.4 Uji Linearitas

Pengujian linearitas ini perlu dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linear atau tidak. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan *curve estimation*, yaitu gambaran hubungan linier antara variabel X yaitu bauran promosi dengan variabel Y yaitu keputusan memilih. Jika nilai sig f $< 0,05$, maka variabel bauran promosi(X) tersebut memiliki hubungan linier dengan variabel keputusan memilih (Y).

3.9 Model Analisis Data

3.9.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan teknik analisis yang dipergunakan dalam menganalisis hubungan dan pengaruh antara satu variabel terikat (keputusan memilih) dengan dua atau lebih variabel bebas (variabel bauran promosi). Teknik analisis regresi berganda dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_kX_k$$

keterangan:

Y : Nilai prediksi dari Y

a : Bilangan konstan

- $b_1, b_2, b_3, \dots, b_k$: Koefisien variabel bebas
- $x_1, x_2, x_3, \dots, x_k$: Variabel independen
- X1 : Periklanan (*Advertising*)
- X2 : Penjualan Personal (*Personal Selling*)
- X : Promosi penjualan (*Sales Promotion*)
- X4 : Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)
- X5 : Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Berdasarkan hipotesa yang telah dikemukakan, maka untuk hipotesis pertama, metode pengujiannya berdasarkan tabel *Anova* (uji F) dan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Apabila $\text{sig (p-value)} > \alpha (0,05)$ maka H_0 diterima berarti variabel independen secara bersama-sama (simultan) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- b. Apabila $\text{sig (p-value)} < \alpha (0,05)$ maka H_a diterima berarti variabel independen secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Untuk pengujian hipotesis kedua pengujiannya berdasarkan statistik uji t dan dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Apabila $\text{sig (p-value)} > \alpha (0,05)$ maka H_0 diterima berarti variabel independen (bauran promosi) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

- b. Apabila sig (p-value) < α (0,05) maka H_a diterima berarti variabel independen (bauran promosi) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

3.9.2 Uji Hipotesis

3.9.2.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama menggunakan F hitung. (Danang Sunyoto 2013 : 137)

Keterangan :

F = pendekatan distribusi probabilitas fischer

R = koefisien korelasi berganda

K = jumlah variabel bebas

n = banyak sampel

Langkah-langkah uji F atau uji simultan adalah:

a. Perumusan Hipotesis

H_0 : Diduga variabel bauran promosi (X) tidak berpengaruh Terhadap minat pemilihan bimbel (Y) secara simultan.

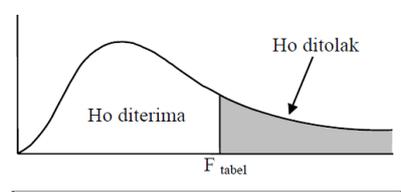
H_a : Diduga variabel bauran promosi (X) memiliki pengaruh Terhadap minat pemilihan bimbel (Y) Secara simultan.

b. Nilai kritis distribusi F dengan level of signifikan $\alpha = 5\%$

$$F_{\text{Tabel}} = F_{\alpha; \text{numerator}; \text{denominator}}$$

$$= F_{0.05; k-1; n-k}$$

c. Daerah kritis H_0 melalui kurva distribusi F



d. Kriteria penolakan atau penerimaan

Ho diterima jika :

$$F_{hitung} \leq F_{tabel}$$

$$F_{hitung} \geq F_{tabel}$$

e. Pengambilan kesimpulan

Ho diterima dan Ha ditolak ini berarti tidak ada pengaruh simultan oleh variabel bauran promosi (X) dan variabel keputusan memilih (Y).

Ho ditolak dan Ha diterima hal ini berarti ada pengaruh yang simultan terhadap variable bauran promosi(X) dan variabel keputusan memilih (Y).

3.9.2 Uji Hipotesis

3.9.2.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh (signifikan) antara variabel independen (bauran promosi) secara parsial terhadap variabel dependen (keputusan memilih) sebagai berikut :

Keterangan :

r = koefisien regresi

n = jumlah responden

t = uji hipotesis

Langkah-langkah uji t atau uji parsial adalah:

1. Perumusan Hipotesis

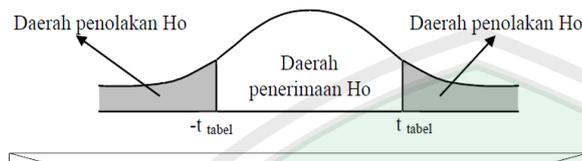
Ho : Diduga variabel bauran promosi (X) tidak memiliki pengaruh Terhadap keputusan memilih bimbingan belajar (Y) secara parsial.

Ha : Diduga variabel bauran promosi (X) memiliki pengaruh Terhadap keputusan memilih bimbingan belajar (Y) secara parsial

2. Menentukan nilai kritis dengan level of signifikan $\alpha = 5\%$

$$T_{\text{tabel}} = t_{(\alpha/2; n-k-1)}$$

3. Daerah penerimaan dan penolakan



4. Penentuan kriteria penerimaan dan penolakan.

H_0 diterima jika :

Apabila $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, ini berarti tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variabel bauran promosi (X) dan variabel keputusan memilih (Y).

Apabila $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, ini berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel bauran promosi (X) dan variabel keputusan memilih (Y).

3.9.2.3 Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi (R^2) *Adjusted R Square* digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen (bauran promosi) sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan memilih). Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, Selain itu koefisien determinasi (R^2) dipergunakan untuk mengetahui *prosentase* perubahan variabel tidak bebas (Y) yaitu keputusan memilih yang disebabkan oleh variabel bebas (X) yaitu bauran promosi.