

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Data

Adapun penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan yang diteliti dalam bentuk angka-angka dan dapat digunakan untuk pembahasan lebih lanjut.

3.1.2 Sumber Data

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh dengan jalan mengadakan memberikan angket kuesioner secara langsung dengan Pimpinan Perusahaan PT. Shad Global Indonesia MSUT27 Medan Deli.
- b. Data sekunder, adalah data yang diperoleh dengan jalan mengumpulkan dokumen-dokumen serta sumber lainnya berupa informasi lainnya terutama mengenai prosedur pembayaran yang diperoleh pada bagian Umum.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Adapun Objek dalam penelitian ini adalah PT. Shad Global Indonesia MSUT27 Medan Deli, yang beralamat di Jl. Platina Raya, Simpang Titi Papan Kec. Medan Deli Kota Medan.

3.2.2 Waktu Penelitian

Adapun penelitian dilaksanakan dari bulan Maret 2023 – Juli 2023. Dan dapat dilihat pada tabel 3.1 Berikut ini :

Tabel 3.1. Waktu Penelitian

No	Jadwal Penelitian	2023							
		Mar	April	Mei	Juni	Juli	Agst	Sep	Okt
1	Pengajuan Judul								
2	Penulisan Proposal								
3	Bimbingan Proposal								
4	Seminar Proposal								
5	Pengumpulan Data								
6	Bimbingan Skripsi								
7	Sidang Skripsi								

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pemasar PT. Shad Global Indonesia MSUT27 Medan Deli sebanyak 48 tenaga penjual.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi atau jumlah lebih sedikit dari populas. Penelitian ini menggunakan *Random Sampling*, dimana menurut Arikunto, (2016 :68) “jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampel yang diambil secara keseluruhan”. Berdasarkan jumlah populasi kurang dari seratus maka sampel dalam penelitian ini sebesar 48 responden, yaitu jumlah pemasar PT. Shad Global Indonesia MSUT27 Medan Deli.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional dalam penelitian yang di jelaskan dalam bentuk table sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indicator	Skala
X1 Strategi Pemasaran (Variabel Independent)	Strategi pemasaran adalah teknik yang akan dipakai oleh sebuah perusahaan untuk bisa meraih tujuan yang sudah direncanakan sebelumnya, diisinya terdapat putusan-putusan inti tentang target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan nilai biaya pemasaran yang dibutuhkan. (Sunyoto, 2015 :65)	1) Produk. 2) Harga. 3) Promosi, dan 4) Tempat. (Kotler and Armstrong, 2012: 264)	Likert

X2 Kualitas Pelayanan (Variabel Independent)	Kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. (Kasmir, 2017:47)	1. Keandalan (Reliability) 2. Daya tanggap (Responsiveness) 3. Empati (Emphaty) 4. Bukti nyata (Tangible) (Mukarom & Laksana, 2018:68)	
X3 Kepuasan Pelanggan (Variabel Dependent)	Kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan respons yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap pelayanan atau kinerja (hasil) yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan kinerja (hasil) dengan harapan yang diinginkanya. (Daga, 2017:78)	1. <i>Re-purchase</i> (Membeli Kembali) 2. <i>Word of Mouth</i> (mengatakan hal yang baik) 3. Menciptakan citra merek 4. Menciptakan keputusan pembelian. (Daga, 2017:81)	
Y Peningkatan Penjualan	Peningkatan penjualan merupakan ukuran yang menunjukan banyaknya atau besarnya jumlah barang dan jasa yang terjual. (Mulyadi, 2012:68)	1) Menetapkan Tujuan Penjualan 2) Memperkirakan Volume Penjualan 3) Hubungan antara prakiraan dengan penentuan target. (Mulyadi, 2012:68)	

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data tersebut, peneliti menggunakan cara Kuesioner/angket, yaitu merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan

tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sebuah kuesioner, baik itu disebut formulir atau skedul, bentuk wawancara, atau instrument pengukuran, merupakan serangkaian pertanyaan.

Pengumpulan data adalah proses untuk menelusuri dan mengambil data-data yang diperlukan untuk di analisis agar masalah penelitian terpecahkan.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Observasi

Observasi adalah peninjauan atau pengawasan secara langsung ke tempat lokasi penelitian. Observasi yang dilakukan guna untuk menemukan hasil yang lebih terperinci tentang variabel yang diteliti.

2. Studi Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya. Dengan dokumentasi yang di amati bukan benda hidup tetapi benda mati. Teknik ini digunakan untuk mengambil data internal tempat penelitian seperti sejarah, profil, struktur organisasi dan lain sebagainya yang terkait pada penelitian.

3. Kuesioner

Kuisisioner merupakan suatu teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan memberikan beberapa daftar

pertanyaan kepada nasabah bank syariah sebagai responden guna mendapatkan jawaban yang diinginkan. Selain dari kuisioner yang tertulis dalam penelitian ini dapat juga dilakukan dengan kuisioner online yang dibuat dari Google Form. Adapun pertanyaan-pertanyaan yang terkandung adalah yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti.

Peneliti membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang ditujukan kepada para tenaga penjual PT. Shad Global Indonesia MSUT27 Medan Deli Medan dengan menggunakan metode *Likert Summated Rating* dengan bentuk *checklist*, dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 (lima) opsi sebagaimana terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.3 Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2012:132)

3.6 Teknik Analisis Data

Pada bagian ini akan dibahas mengenai bentuk sebaran jawaban reponden terhadap keseluruhan konsep yang diukur. Dari sebaran jawaban

responden tersebut, selanjutnya akan diperoleh sebuah kecenderungan dari keseluruhan jawaban yang ada. Untuk mendapat kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variable, akan di dasarkan pada nilai skor rata-rata (indeks) yang di kategorikan ke dalam rentang skor berdasarkan perhitungan three bos method berikut ini. Proses ini melalui beberapa tahapan.

Analisis kuantitatif adalah bentuk analisis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistic, maka data tersebut harus diklarifikasi dalam kategori tertentu dengan menggunakan table-tabel tertentu, untuk mempermudah dalam menganalisis dengan menggunakan program SPSS vs 20.00 for windows dimana bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable independen terhadap variable dengan menggunakan analisis regresi.

Data yang diperoleh dilapangan nanti akan diolah menggunakan dengan SPSS (*Statistical Product And Service Solution*). Adapun metode statistika yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.6.1 Uji Validitas dan Reabilitas

a) Uji Validitas

Menurut Arikunto, (2016:210) Validitas adalah “suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesasihan suatu instrument”.

Dengan ,menggunakan kriteria jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf sigifikan 95% dan ($\alpha = 0,05$) maka angket dianggap valid dan jika $r_{hituung} < r_{tabel}$ maka angket dianggap tidak valid

b) Uji Reabilitas

Instrumen yang baik adalah harus reliabel. “Suatu instrumen dikatakan reliabel jika instrumen tersebut ketika dipakai untuk mengukur suatu gejala yang sama dalam waktu yang berbeda akan menunjukkan hasil yang sama” (Arikunto: 2016 :101). Untuk menguji reliabilitas instrumen digunakan rumus Cronbach Alpha. Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 atau 0.

Untuk kriteria realibilitas angket jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) maka angket itu dikatakan reliable. Namun dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka angket dianggap tidak memiliki realibilitas.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal dan linier. Dimana uji ini menggunakan uji prasyarat sebelum melakukan teknik analisis data (analisis regresi linier berganda).

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan mengetahui apakah data yang diperoleh dari masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui sebaran tiap variabel normal atau tidak, rumus yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah rumus *Kolmogorov Smirnov*. Data dikatakan normal apabila nilai dari probabilitas dalam SPSS lebih

besar dari 0,05. Sehingga jika harga *Kolmogorov Smirnov* hasil untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,05 maka berarti sebaran datanya normal. Sedangkan jika kurang dari 0,05 maka distribusi datanya tidak normal

b) Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) mempunyai hubungan linear atau tidak. Untuk mengetahui hal tersebut, kedua variabel harus diuji menggunakan uji F pada taraf signifikansi 5%.

Selanjutnya F_{hitung} dikonsultasikan dengan F_{tabel} pada taraf signifikansi 5%. Apabila F_{hitung} lebih besar atau sama dengan F_{tabel} maka pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat dikatakan bersifat linear.

c) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain dalam model saling berkorelasi linear, biasanya, korelasinya mendekati sempurna atau (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan satu).

3.6.3 Uji Hipotesis

a) Uji T (Parsial)

Uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi

peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.

Rancangan pengujian hipotesis statistik ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independent (X) yaitu Strategi Pemasaran (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (X3), terhadap Peningkatan Penjualan (Y), adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- $H_0: \beta = 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan
- $H_a: \beta \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan

Rumus yang digunakan adalah

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t : t hitung

r : koefisien korelasi

n : jumlah responden

Kriteria untuk penarikan kesimpulan secara manual adalah :

1. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, menunjukkan ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

2. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat

b) Uji F (Simultan)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. . Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh strategi pemasaran, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan secara simultan dan parsial.

Uji – F digunakan untuk menguji secara bersama-sama antara variabel pengaruh strategi pemasaran, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan PT. Shad Global Indonesia MSUT27 Medan Deli. Uji – F ini juga digunakan untuk mengetahui semua variabel bebas memiliki koefisien regresi sama dengan nol, untuk mengetahui dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

Keterangan :

F_h = F hitung

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

Kriteria untuk penarikan kesimpulan secara manual yaitu :

Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} < -F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, menunjukkan ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} \geq -F_{tabel}$, maka H_0 diterima, menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

c) Uji Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinan (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Teknik Penjualan.

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi