

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu suatu penelitian yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskriptif dengan menggunakan angka dan statistik.<sup>1</sup>

Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dari hubungan-hubungan kuantitatif.<sup>2</sup>

Jenis penelitian yang digunakan untuk mengetahui “Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Keputusan Menjadi Donatur Yatim Mandiri” adalah *field research*. Penelitian *field research* adalah penelitian yang dilakukan di suatu wilayah geografi tertentu dimana peneliti terjun langsung ke masyarakat melihat apa yang terjadi, biasanya dengan pengamatan, wawancara, atau kuesioner yang diberikan kepada responden. Dan penelitian ini bersifat korelasi. Penelitian korelasi adalah penelitian yang dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variabel-variabel yang berbeda dalam suatu

---

<sup>1</sup> Ibnu Hajah, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan* (Jakarta: Grafindo Persada, 1996), 30.

<sup>2</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian\\_kuantitatif](http://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian_kuantitatif), diakses 15 Nopember 2015.

populasi.<sup>3</sup> Penelitian korelasi bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan antara dua variabel, dan apabila ada, seberapa eratnya hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan itu.<sup>4</sup>

Selain itu penelitian ini menggunakan penelitian regresi linier sederhana yang melibatkan dua variabel yaitu satu variabel bebas X dan satu variabel terikat Y. Dengan tujuan memperlihatkan data yang ada dapat dinyatakan pada satu garis lurus (linier).<sup>5</sup> Hal ini dikarenakan, peneliti berusaha menjelaskan ada tidaknya hubungan dan pengaruh antara variabel X (personal selling) dengan variabel Y (keputusan pembelian).

## **B. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian yang memiliki karakteristik/ciri (tidak terbatas) yang membedakan dengan kelompok lain. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah donatur rutin Yatim Mandiri yang berjumlah 4.886 orang dari berbagai kalangan dan profesi.

### **2. Sampel**

Sampel adalah sebagian populasi yang diambil dari keseluruhan obyek yang diteliti dan dianggap mewakili populasi. Untuk menentukan jumlah sampelnya penulis berpedoman pada kaidah yang dikemukakan

---

<sup>3</sup> Sevilla, C. G, dkk, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: UII Press 1993), 87.

<sup>4</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakart: PT. Rineka Cipta, 2002), 239.

<sup>5</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 45.

oleh Arikunto “Apabila subyeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi.<sup>6</sup> Selanjutnya jika subyeknya lebih besar dapat di ambil 10-15 % atau 20-25 %. Hal ini sesuai dengan pendapat Sutrisno Hadi,” sebenarnya tidak ada satu ketetapan yang mutlak beberapa persen sampel yang harus diambil dari populasi, ketiadaan mutlak itu tidak perlu menimbulkan keraguan terhadap seorang penyelidik”.<sup>7</sup> Berdasarkan hal itu, maka penulis mengambil sampel sebanyak 1% dari jumlah populasi 4.886 sehingga yang akan menjadi sampelnya adalah 48,86 dibulatkan menjadi 49 donatur rutin.

### C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. *Personal selling* sebagai variabel (X)

*Personal selling* merupakan komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap suatu produk sehingga mereka kemudian akan mencoba membelinya. Karena itu sistem kerjanya lebih fleksibel bila dibandingkan dengan media lainnya.<sup>8</sup> Faktor-faktor yang mempengaruhi

---

<sup>6</sup> Suharsimi arikunto, “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*” (Jakarta: Rineka cipta, 2002), 117.

<sup>7</sup> Sutrisno Hadi. “*Statistik II*” (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1984), 224.

<sup>8</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga (Yogyakarta: ANDI, 2008), 224.

*personal selling* diantaranya adalah faktor produk, faktor pelanggan, dan faktor anggaran.<sup>9</sup>

## 2. Keputusan pembelian sebagai variabel (Y)

Keputusan merupakan pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih.<sup>10</sup> Definisi pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antaranya.<sup>11</sup> Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa semua perilaku sengaja dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu di antara tindakan alternatif yang ada.

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> *ibid*, 235-239.

<sup>10</sup> Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi, 2013), 120.

<sup>11</sup> *Ibid*, 121.

<sup>12</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2003), 11.

#### D. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut:

##### 1. Angket

Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden baik secara langsung atau tidak langsung (melalui pos atau perantara),<sup>13</sup> pertanyaan tersebut secara tertulis yang nantinya akan dijawab oleh responden dalam bentuk jawaban tertulis juga. Angket yang digunakan untuk variabel *personal selling* dan keputusan pembelian peneliti menggunakan angket yang telah diuji pada penelitian (Binti Nur Hidayati, 2007, Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Keputusan Nasabah Peminjam BMT Rahmat Semen Kediri tahun 2007).

##### 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan yang di wawancarai.<sup>14</sup> Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara tak berstruktur, dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Husaini Usman, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: Bumi Aksara, 1998), 60.

<sup>14</sup> Moloeng Lexy, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif*" (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), 97.

<sup>15</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Bisnis*" (Bandung: Alfabeta), 233-234.

### 3. Dokumentasi

Hasil penelitian dari hasil wawancara dan observasi akan lebih kredibel jika di dukung dengan dokumen-dokumen yang terkait. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>16</sup>

Metode dokumentasi untuk pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mencari data-data mengenai hal atau variabel yang berkaitan dengan subyek maupun obyek penelitian berupa dokumen yang berada di lembaga tempat dilakukannya penelitian. Dalam hal ini peneliti mencari data dari perusahaan, majalah, maupun internet, yang kemudian digunakan untuk mendapatkan data tentang kondisi umum tempat penelitian, jumlah karyawan, serta hal-hal lain yang mengenai obyek penelitian.

### **E. Analisis Data**

Metode ini dimaksudkan untuk menganalisa data yang terkumpul dan tersusun secara berurutan agar diperoleh data yang obyektif, melalui analisa statistik untuk menguji hipotesis, yaitu ada tidaknya pengaruh *personal selling* terhadap keputusan menjadi donatur Yatim Mandiri cabang Kediri. Dalam hal penulisan skripsi ini peneliti menggunakan analisis Korelasi Produk Moment dan Analisis Regresi sebagai alat analisisnya.

---

<sup>16</sup>Ibid, 240.

## 1. Korelasi

Korelasi adalah istilah statistik yang menyatakan derajat hubungan linier antara dua variabel atau lebih, yang ditemukan Karl Pearson pada awal 1900.<sup>17</sup> Dalam hal ini penulisan skripsi ini peneliti menggunakan analisis Korelasi *Product Moment* dan Analisis Regresi sebagai alat analisisnya. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Korelasi} = R_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan :

$R_{xy}$  = Koefisien korelasi antara x dan y

$\sum xy$  = Jumlah hasil skor x dan y yang berpasangan

$\sum x^2$  = Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran x

$\sum y^2$  = Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran y

## 2. Regresi

Regresi adalah hubungan antara variabel-variabel yang saling berhubungan dan dapat diramalkan bahwa terdapat hubungan atau tidak diantara variabel-variabel yang ada. Teknik analisa regresi merupakan suatu prosedur yang sangat kuat dan fleksibel untuk menganalisis hubungan asosiatif antara sebuah variabel matrik tidak bebas dengan satu variabel bebas.<sup>18</sup> Adapun rumusnya sebagai berikut:

---

<sup>17</sup> Husaini Usman, *Pengantar Statistik*, (Jakarta: kencana), 197.

<sup>18</sup> Soegyarto Mangkuatmojo, *Statistik Lanjutan*, (Jakarta:PT Asdi Mahasatya, 2004), 189-190.

$$Y = a + bx$$

Nilai a dan b diperoleh melalui :

$$a = \frac{\sum y(\sum x^2) - \sum x \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Dimana :

y : Variabel terikat

x : Variabel bebas

a : Nilai koefisien

b : Koefisien arah regresi

Selain itu, peneliti akan menggunakan bantuan program SPSS versi 16 untuk memperoleh hasil analisis dari data yang telah dikumpulkan.

### 1. Teknik Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendiskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat suatu kesimpulan yang berlaku untuk umum.<sup>19</sup>

### 2. Statistik Inferensial

Tujuan dari analisis inferensial ini adalah untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Di dalam model regresi terdapat beberapa uji asumsi yang harus dipenuhi, namun pada penelitian ini hanya menggunakan dua uji yaitu

---

<sup>19</sup> Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung: ALFABETA, 2007), 29.

uji normalitas dan uji t yang dikarenakan di dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu memiliki distribusi normal atau tidak. Normalitas dapat dilihat pada grafik Normal Probability Plot, model regresi yang baik seharusnya distribusi regresi residualnya normal atau mendekati normal.<sup>20</sup> Dasar pengambilan keputusan untuk mendeteksi kenormalan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$  jadi  $H_0$  diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} < -t_{tabel}$  jadi  $H_0$  ditolak.<sup>21</sup>

Uji F dalam penelitian ini tidak diperlukan karena uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Sehingga untuk uji hipotesis hanya digunakan uji t karena variabel yang dipakai dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel bebas.

---

<sup>20</sup> Duwi Priyatno, *Belajar praktis analisis parametrik dan non parametrik dengan spss & prediksi pertanyaan pendadaran skripsi dan tesis*, (Yogyakarta: GAVA MEDIA, 2012), 60.

<sup>21</sup> Ibid, 62.