

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Metode kuantitatif juga dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode postivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memiliki kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery, karena metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angket-angket dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2011)

3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional variabel

3.2.1. Variabel Penelitian

Pengertian dari variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga di peroleh informasi-informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2008).

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel indepeneden dan variabel dependen. Berikut adalah penjelasan kedua variabel yaitu :

3.2.1.1. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel yang tergantung dengan variabel lain, atau juga variabel yang dapat di pengaruhi oleh variabel lainnya. Sering di sebut juga sebagai variabel respon yang di lambangkan dengan (Y).

3.2.1.2. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel bebas yang dalam suatu hubungan dengan variabel lain bertindak sebagai penyebab atau yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel tersebut ada juga yang menambahkan dengan variabel pendorong dan variabel masukan, sering disebut sebagai prediktor yang dilambangkan dengan lambing (X).

Berkaitan dengan penelitian ini maka variabel dependen dan independen adalah sebagai berikut :

a. Variabel dependen, yaitu : *Sales Performance* (Y)

b. Variabel independen terdiri dari :

X1 = Kemampuan Menjual (*Selling Skill*)

X2 = Pengalaman Menjual (*Selling Experience*)

X3 = Orientasi Pelanggan (*Customer Orientation*)

3.2.2. Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau member suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Nazir, 2009). Adapun definisi operasional variabel dan indikator yang diperoleh dalam penelitian ini adalah Kemampuan Menjual (*Selling Skill*), Pengalaman Menjual (*Selling Experience*), Orientasi Pelanggan (*Customer Orientation*), dan *Sales Performance* dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel dan Indikator

| No | Variabel | Definisi | Indikator |
|----|--|--|--|
| 1 | (X1) Kemampuan Menjual (<i>Selling Skill</i>) | Kemampuan tenaga penjual adalah kesanggupan atau ketrampilan seorang <i>sales</i> dalam memasarkan atau mempresentasikan produknya kepada pelanggan, sehingga terjadi transaksi penjualan. | 1. Kemahiran komunikasi 2. Kemampuan presentasi. 3. Menguasai produk. Mulatsih (2011) |
| 2 | (X2) Pengalaman Menjual (<i>Selling Experience</i>) | Pengalaman Menjual adalah pengalaman yang lebih kompleks dari seorang <i>Sales</i> yang di dapat pada saat pertama melakukan penjualan. Seorang <i>Sales</i> yang berpengalaman sering menunjukkan aktivitas-aktivitas penjualan yang beragam, dan dapat menjelaskan semua varian produk, dan lebih berkompeten. | 1. Lebih berkompeten dalam penjualan. 2. Berpengalaman menjual berbagai varian produk. 3. Pengalaman dalam menyesuaikan diri dengan berbagai macam pelanggan. Mudianto dan Simarmata (2018) |
| 3 | (X3) Orientasi Pelanggan (<i>Customer Orientation</i>) | <i>Customer Orientation</i> adalah upaya memfokuskan hubungan personal antar tenaga penjualan dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dalam upaya memuaskan konsumen. | 1. Pencarian informasi kebutuhan pelanggan. 2. Penawaran produk sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan. 3. Respon cepat terhadap keluhan pelanggan. Suhaji, <i>et al</i> (2016) |
| 4 | (Y) <i>Sales Performance</i> | <i>Sales Performance</i> merupakan sebuah evaluasi dan kontribusi <i>Sales</i> terhadap pencapaian tujuan organisasi. Tingkat dimana seorang <i>Sales</i> dapat mencapai target penjualan yang telah ditetapkan oleh manajer penjualan terhadap dirinya. | 1. Target penjualan yang terpenuhi 2. Peningkatan volume penjualan 3. Pertumbuhan jumlah pelanggan. Mudiantono, <i>et al</i> (2018) |

Sumber : Mulatsih (2011), Mudiantono dan Simarmata (2018), Suhaji *et al* (2016), Mudiantono (2018).

3.3 Data dan Sumber Data

3.3.1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau di kumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya melalui observasi, kuesioner, dan wawancara secara langsung sesuai dengan kebutuhan peneliti. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah data dari kuesioner atau daftar pertanyaan/pernyataan yang diperoleh langsung dari responden/sales sepeda motor Yamaha di Jepara.

3.3.2. Data Sekunder

Data sekunder berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan cara membaca, melihat, atau mendengarkan. Sumber data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah dari situs internet dan fenomena penurunan penjualan Sepeda Motor Yamaha dari data AISI (Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia).

3.4 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subyek yang di pelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang di miliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2011)

Dalam penelitian ini populasi yang di gunakan adalah seluruh Tenaga Penjualan (*Sales*) sepeda motor Yamaha di Jepara yang berjumlah 101 *sales*.

3.4.2. Jumlah Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Apa yang di pelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat di berlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang di ambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili) (Sugiyono, 2011).

3.4.3. Teknik *Sampling* (Teknik Pengambilan Sampel)

Teknik *Sampling* adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan di gunakan dalam penelitian, terdapat berbagai *sampling* yang digunakan. Teknik *sampling* yang di gunakan dalam penelitian ini adalah :

a) Nonprobability Sampling

Teknik Pengumpulan Sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *sampling Nonprobability sampling* yang digunakan adalah *sampling sensus*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dimana peneliti mengambil teknik pengambilan sample berfokus pada teknik *sampling* jenuh (*sensus*).

Sampling jenuh (*Sampling* sensus) adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono 2012). Dalam penelitian ini jumlah sampelnya adalah 101 orang/*sales*.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam upaya memecahkan masalah dan menganalisis permasalahan dalam penelitian ini, maka metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner/angket. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner/angket. Dengan menyebarkan kuesioner secara langsung pada *sales* Yamaha terdekat dan sebagian di sebar via Whatsapp dengan menggunakan kuesioner dari Googleform.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan di ukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat di berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono 2011).

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner atau daftar pertanyaan yang diberikan langsung kepada responden/*sales* Yamaha di Jepara. Daftar pertanyaan yang tertulis akan diisi oleh responden yang terdiri dari pertanyaan tentang Kemampuan Menjual (*Selling Skill*) (X_1),

Pengalaman Menjual (*Selling Experience*) (X_2) dan Orientasi Pelanggan (*Customer Orientation*) (X_3), untuk mengetahui pengaruhnya terhadap Kinerja Tenaga Penjualan (*Salesperson Performance*) (Y).

Metode pengukuran pada kuesioner ini menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2010:134) skala likert di gunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang di ukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Dalam skala likert setiap item instrument memiliki gradasi.

Gradasi nilai pengukuran 1 sampai 5, dengan alternatif jawaban : Selalu (SL), Sering (SR), Kadang-kadang (KD), Pernah (P), Tidak Pernah (TP), dimana setiap jawaban diberi skor masing-masing sebagai berikut:

1. Selalu (SL) di beri skor 5
2. Sering (SR) di beri skor 4
3. Kadang-kadang (KD) di beri skor 3
4. Pernah (P) di beri skor 2
5. Tidak Pernah (TP) di beri skor 1

3.6 Metode Pengolahan Data

Pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan. Pada penelitian kuantitatif, pengolahan data secara umum dilaksanakan dengan melalui tahap memeriksa (*editing*), proses pemberian identitas (*coding*), dan proses pembeberan (*tabulating*), (Bungin, 2013).

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan perhitungan komputerisasi program SPSS 23 (*Stastical product and Service Solution*) karena

program ini memiliki kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak dialog sederhana, sehingga mudah dipahami cara pengoperasiannya (Sugiyono, 2007).

Menurut (Bungin, 2013) terdapat empat tahapan pengolahan data, antara lain :

1. *Editing*

Editing adalah kegiatan yang dilakukan setelah peneliti selesai menghimpun data di lapangan. Kegiatan ini menjadi penting karena kenyataannya bahwa data yang terhimpun kadang kala belum memenuhi harapan peneliti, ada diantaranya kurang atau terlewatkan, tumpang tindih berlebihan, bahkan terlupakan. Proses editing yang paling baik adalah dengan teknik silang, yaitu seorang peneliti memeriksa hasil pengumpulan data peneliti lain dan sebaliknya pada suatu kegiatan penelitian tertentu, (Bungin, 2013:175).

2. *Coding* (Pengkodean)

Coding adalah pemberian identitas terhadap data yang telah di edit agar memiliki arti tertentu pada saat di analisis. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka atau huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau data yang akan di analisis (Bungin, 2013:176).

3. Pemberian Skor atau Nilai

Dalam pemberian skor digunakan skala likert yang merupakan salah satu cara untuk menentukan skor. Kriteria penilaian ini di golongan dalam Lima tingkatan dengan penilaian sebagai berikut :

1. Jawaban Selalu diberi bobot (SL) : 5
2. Jawaban Sering diberi bobot (SR) : 4
3. Jawaban Kadang-kadangdiberi bobot (KD) : 3
4. Jawaban Pernah diberi bobot (P) : 2
5. Jawban Tidak Pernah diberi bobot (TP) : 1

4. Tabulasi

Tabulasi adalah pembuatan tabel-tabel berisi data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Dalam melakukan tabulasi diperlukan ketelitian agar tidak terjadi kesalahan.

- a. Tabel pemindahan, yaitu tabel tempat memindahkan kode-kode dari kuesioner atau pencatatan pengamatan. Tabel ini berfungsi sebagai arsip.
- b. Tabel biasa, adalah tabel yang disusun berdasar sifat responden tertentu dan tujuan tertentu.
- c. Tabel analisis, tabel yang memuat suatu jenis informasi telah di analisa.

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengatur valid atau tidaknya suatu kuesioner. suatu kuesioner dikatakan vaid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu kuesioner dikatakan valid jika korelasi (r hitung) $>$ r tabel. (Imam Ghozali, 2011). Suatu instrument dikatakan valid apabila taraf probabilitas kesalahan (sig) $<$ 0,5 dan r hitung $>$ r tabel, sebaliknya suatu instrument dikatakan tidak valid apabila taraf

probabilitas kesalahan (sig) $> 0,5$ dan r hitung $< r$ tabel (Ghazali, 2011). Perhitungan validitas ini dilakukan dengan menggunakan program statistic IBM SPSS 23.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil. Reliabilitas merupakan konsistensi sebuah instrumen yang di gunakan dalam penelitian, apabila instrumen penelitian digunakan dua kali atau lebih dan hasil pengukuran diperoleh konsisten, maka instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel.

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika nilai alpha (α) $> 0,6$ (Ghozali, 2011). Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha. Dalam melakukan uji reliabilitas ini digunakan alat bantu program statistic IBM SPSS 23. Berdasarkan pengujian reliabilitas akan diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa tingkat besaran alpha dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 maka semua variabel pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

3.7.3. Uji Asumsi Klasik

Salah satu syarat untuk menggunakan regresi berganda yaitu terpenuhinya uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk menghindari perolehan yang biasa. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

3.7.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistic pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghozali, 2011).

Cara mudah untuk melihat normalitas residual yaitu dilihat dari normalitas probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Kemudian distribusi normal akan membentuk garis lurus dan plotting data residual akan di bandingkan dengan garis diagonal. Apabila distribusi data resi dual normal, maka garis yang menggambarkan data yang sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2011).

3.7.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditentukan dari adanya korelasi antar variabel bebas (independen). model regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. multikolinearitas dapat dilihat dari (1) nilai tolerance $>0,10$ dan $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2011).

3.7.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual pengamatan yang lain tetap, disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006:125). Cara

untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID dengan dasar analisis sebagai berikut (Ghozali, 2011:139).

1. Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPREED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara ZPREED dan SRESID. Jika pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8 Analisis Regresi Berganda

Analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat, (Ghozali, 2011).

Model persamaan :

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Keterangan,

Y = *Sales Performance*

X1 = Kemampuan Menjual (*Selling Skill*)

X2 = Pengalaman Menjual (*Selling Experience*)

X3 = Orientasi Pelanggan (*Customer Orientation*)

B₁, B₂, B₃, = Koefisien regres

a = Konstanta

e = Standar error

3.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

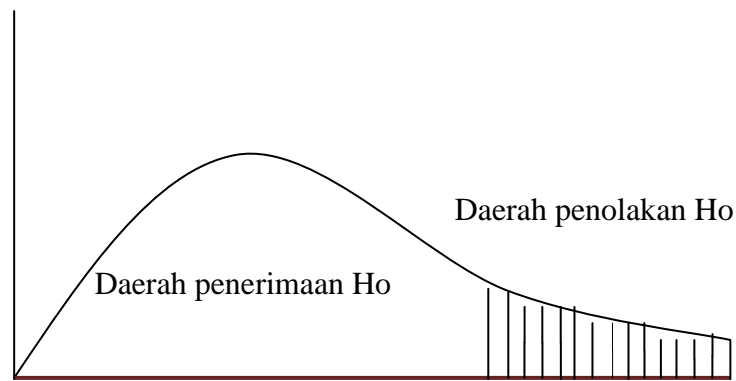
Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pada analisis ini akan terlihat seberapa besar kontribusi variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pada linear berganda ini akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas (independen) secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (dependen) dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya R^2 . Apabila R^2 yang diperoleh mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. (Ghozali, 2011)

3.10 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi (Ghozali, 2011), yaitu:

- Apabila probabilitas signifikansi $> 0,5$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak,
- dan apabila probabilitas signifikansi $< 0,5$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.



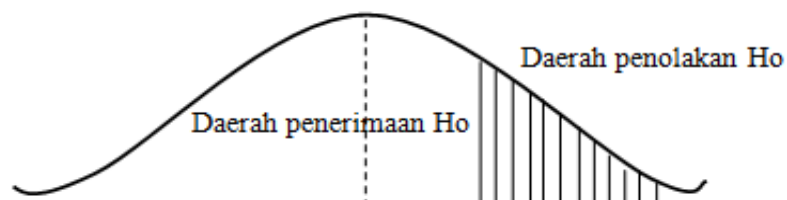
Gambar 3.1
Uji F

3.11 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel dependen (Y) dengan menganggap variabel lainnya konstan. Uji t bertujuan untuk melihat pengaruh variabel bebas secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria Pengujian :

- $H_0 : X_1 = 0$, Yaitu variabel independen (bebas) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (terikat).
- $H_a : X_1 \neq 0$, Yaitu variabel independen (bebas) berpengaruh terhadap variabel dependen (terikat).



Gambar 3.2
Uji t