

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:8) Menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan menurut Arikunto (2016:3) Menyatakan bahwa Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian". Dalam metode deskriptif ini, tujuan yang hendak dicapai adalah menggambarkan atau mendeskripsikan fakta-fakta atau membuat kesimpulan atas fenomena yang diselidiki.

B. Tahapan Penelitian

1. Lokasi atau Objek Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian di Toko Accesoris ACC Kota Metro di Jl. Ki. Hajar Dewantara Iringmulyo Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung.

2. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2016: 117). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh karyawan Toko Accesoris ACC Kota Metro yang berjumlah sebanyak 32 orang.

3. Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan yang disebut sampel (Sugiyono, 2010: 117). Pada penelitian ini jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

E : persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel

Sehingga diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{32}{1+32(e^2)} = \frac{32}{1+32(0.05^2)} = \frac{32}{1+32(0,01)} = \frac{32230}{1,08} = 29,6$$

Dibulatkan menjadi 30 responden

Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

C. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2016: 124) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan psikis
 - a. Definisi Konseptual: kemampuan psikis kemampuan menampilkan kesan yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan akan lebih meningkatkan kepercayaan konsumen untuk membeli suatu produk.
 - b. Definisi Operasional: kemampuan menampilkan kesan yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan akan lebih meningkatkan kepercayaan konsumen untuk membeli suatu produk meliputi penampilan fisik, perilaku, kejujuran, kepercayaan diri dan kerjasama yang diukur menggunakan instrument dengan skala Likert dan diberikan kepada karyawan ACC Metro
2. Kemampuan psikologis
 - a. Definisi Konseptual: kemampuan psikologis merupakan kemampuan karyawan dalam mengendalikan emosi dan melakukan pendekatan kepada konsumen untuk mempercepat konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan.
 - b. Definisi Operasional: kemampuan psikologis merupakan kemampuan karyawan dalam mengendalikan emosi dan melakukan pendekatan

kepada konsumen untuk mempercepat konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, sikap yang diukur menggunakan instrument dengan skala Likert dan diberikan kepada karyawan ACC Metro

3. Lingkungan sosial

- a. Definisi Konseptual: lingkungan sosial merupakan lingkungan sekitar tempat berlangsungnya aktivitas sehari-hari. Lingkungan sosial menjadi faktor penentu terhadap perubahan-perubahan perilaku yang terjadi pada setiap individu atau kelompok dalam hal ini perilaku dari tenaga pemasaran.
- b. Definisi Operasional: lingkungan sosial merupakan lingkungan sekitar tempat berlangsungnya aktivitas sehari-hari. Lingkungan sosial menjadi faktor penentu terhadap perubahan-perubahan perilaku yang terjadi pada setiap individu atau kelompok dalam hal ini perilaku dari tenaga pemasaran meliputi keluarga dan masyarakat, kebudayaan, ekonomi dan bisnis, sosial media yang diukur menggunakan instrument dengan skala Likert dan diberikan kepada karyawan ACC Metro

4. Lingkungan Non Sosial

- a. Definisi Konseptual: Lingkungan nonsosial adalah merupakan lingkungan dalam bentuk fisik dan lokasi toko, lokasi rumah tempat tinggal konsumen, sarana dan prasarana toko, suasana ruangan, serta waktu berbelanja.
- b. Definisi Operasional: Lingkungan nonsosial adalah merupakan lingkungan dalam bentuk fisik dan lokasi toko, lokasi rumah tempat tinggal konsumen, sarana dan prasarana toko, suasana ruangan, serta waktu berbelanja meliputi kondisi alamiah, ketersediaan instrumen, produk yang dijual yang diukur menggunakan instrument dengan skala Likert dan diberikan kepada karyawan ACC Metro.

5. Peningkatan penjualan

- a. Definisi Konseptual: peningkatan penjualan merupakan pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk yang telah laku terjual oleh tenaga pemasaran atau karyawan.
- b. Definisi Operasional: peningkatan penjualan merupakan pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk yang telah laku terjual oleh tenaga pemasaran atau karyawan

meliputi pencapaian target, pendapatan laba, pertumbuhan perusahaan yang diukur menggunakan instrument dengan skala Likert dan diberikan kepada karyawan ACC Metro.

Untuk mengukur variabel-variabel, dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Penjabaran operasional variabel dalam penelitian ini secara singkat sebagai berikut:

Table 2. Kisi-Kisi Instrumen

No.	Variabel	Indikator	Item
1.	Kemampuan psikis (X_1)	a. Penampilan fisik b. Perilaku c. Kejujuran d. Kepercayaan diri e. Kerjasama	1, 2, 3, 4 5, 6, 7, 8 9,10, 11, 12 13, 14, 15, 16 17, 18, 19, 20
2.	Kemampuan psikologis (X_2)	a. motivasi b. persepsi c. pembelajaran d. keyakinan e. sikap	1, 2, 3, 4 5, 6, 7, 8 9,10, 11, 12 13, 14, 15, 16 17, 18, 19, 20
3.	Lingkungan sosial (X_3)	a. Keluarga dan masyarakat b. Kebudayaan c. Ekonomi dan bisnis d. Sosial media	1, 2, 3, 4, 5 5, 6, 7,8, 9,10 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20
4.	Lingkungan non sosial (X_3)	a. Kondisi alamiah b. Ketersediaan instrumen c. Produk yang dijual	1,2,3,4,5,6,7 8,9,10,11,12,13,14 15,16,17,18,19,20
5	Peningkatan penjualan (Y)	a. Pencapaian target b. Pendapatan laba c. Pertumbuhan perusahaan	1,2,3,4,5,6,7 8,9,10,11,12,13,14 15,16,17,18,19,20

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Library Research/Riset kepustakaan

Library Research dilakukan dengan metode dokumentasi yaitu penelitian dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data yang berasal dari literatur dan karya ilmiah yang berhubungan dengan topik penelitian ini

2. Field Research/Penelitian lapangan

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan dengan melakukan pengamatan dan pengumpulan data.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung kepada karyawan ACC Metro

c. Angket

Metode angket adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang digunakan untuk memperoleh informasi sampel dalam arti data pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui mengenai topik penelitian.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015: 199). Peneliti membagikan kuisisioner kepada responden berupa pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertutup. Pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan dengan alternatif-alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, teknik yang dipakai dalam pengukuran kuisisioner menggunakan agree-disagree scale. Skala ini mengembangkan pertanyaan dalam berbagai rentang nilai.

Tabel 3. Nilai dan Kategori Jawaban Kuisisioner

Jawaban	Kategori	Nilai	
		Positif	Negatif
a	Sangat Setuju (SS)	5	1
b	Setuju (S)	4	2
c	Cukup Setuju (CS)	3	3
d	Tidak Setuju (TS)	2	4
e	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Instrumen dalam penelitian ini akan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas:

a. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2013: 52) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidak suatu kuisisioner. Validitas adalah suatu yang menunjukkan tingkat-

tingkat kevalidan atau keabsahan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Untuk menentukan validitas dari suatu penelitian dapat menggunakan korelasi *product moment* (Sugiyono, 2018: 248).

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

r_{xy} = korelasi product moment

n = jumlah sampel

x = skor pertanyaan

y = skor total

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan.

Sehingga jika dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n - k$ dan dengan $\alpha = 5\%$,

- a. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid
- b. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid

b. Uji Reabilitas

Menurut sugiyono (2016: 173) Instrumen yang reliabel adalah instrument apabila yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reabilitas merujuk pada satu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Menurut Ghazali (2013: 47) Reabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Uji reabilitas ini dapat digunakan melalui SPSS, reabilitas dianggap reliable jika nilai Cronbach Alpha Coefficient $\geq 0,6$ (Sugiyono, 2016)

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana :

r_{11} = Reliabilitas instrument/ koefisien reliabilitas

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

σ_t^2 = varians total.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang peneliti gunakan untuk memberikan jawaban pada setiap item jawaban yaitu dengan menggunakan skala Likert. Skala likert yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Fenomena ini telah ditetapkan secara spesifik oleh penulis yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

1. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011:160) uji normalitas bertujuan apakah modal regresi variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) memiliki konstribusi atau tidak. Uji normalitas dilakukan untuk melihat penyebaran data yang normal atau tidak karena data diperoleh langsung dari pihak pertama melalui kuisisioner. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis uji statistik dan grafik. Pengujian terhadap normalitas dapat normalitas dapat dilakukan dengan uji *chi-square goodness of fit*.

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{O_i - E_i}{E_i}$$

(Sumber : Arikunto, 2010:239)

Keterangan :

O_i : Frekuensi observasi pada kelas atau interval i

E_i : Frekuensi yang diharapkan pada kelas i didasarkan pada distribusi hipotesis, yaitu distribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk apakah dua variable mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan pada taraf 0,05. Dua variable dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan (*Linearity*) kurang dari 0,05.

c. Uji Homogenitas

Menurut Sugiyono (2013: 276) berpendapat bahwa uji homogenitas digunakan untuk memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variasi sama. Untuk mengukur homogenitas varians dari dua kelompok data digunakan rumus uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{\text{Varian terbesar}}{\text{Varian terkecil}}$$

Taraf signifikan yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$. Uji homogenitas menggunakan SPSS dengan kriteria yang digunakan untuk mengambil kesimpulan apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka memiliki varian yang homogenitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis linier berganda digunakan apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel tersebut (Sugiyono 2016: 192). Model regresi merupakan suatu model matematis yang dapat digunakan untuk mengetahui pola pengaruh antara dua variabel atau lebih. Permasalahan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

(Sugiyono, 2016: 192)

Keterangan :

Y = variable dependent (peningkatan penjualan)

X₁ = variable independent (kemampuan psikis)

X₂ = variable independent (kemampuan psikologis)

X₃ = variable independent (lingkungan sosial)

X₄ = variable independent (lingkungan non sosial)

e = error

b₁, b₂, b_n = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variable dependent atas variabel independen.

3. Pengujian Hipotesis Penelitian

a. Uji Parsial (uji t)

Uji t dilaksanakan untuk mengetahui variabel X yang mana berpengaruh terhadap variabel dependen Y (Sigit, 2010: 119). Uji t menguji signifikan pengaruh variabel bebas (x) secara parsial terhadap variabel terikat (y) yang dapat dihitung:

$$t_{hitung} = \frac{\beta_1}{S\beta_1}$$

Ket:

β : Koefisien regresi

$S\beta_1$: Simpanan baku (Sugiyono, 2016: 179)

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungan. Maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dengan atau juga bias memperhatikan signifikan t lebih kecil atau sama dengan 0,05 dan juga bias diukur dengan melihat nilai signifikan lebih besar dari 0,05 sehingga ditarik kesimpulan apakah hipotesis (H_0) atau hipotesis alternative (H_a) tersebut ditolak atau diterima.

- 1) $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima
- 2) $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternative (H_a) ditolak

b. Uji bersama-sama (Simultan)

Uji F dasarnya menunjukkan apakah semua variable yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable terikat (Sugiyono, 2016: 215). Dapat dinyatakan berpengaruh secara signifikan apabila nilai sig yang dihasilkan $\leq \alpha$ (0,05):

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{1 - R^2}{n - k - 1}}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

K = jumlah variabel independen

n = jumlah data

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} atau bias juga dengan memperhatikan signifikan F lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau

signifikansi F besar dari 0,05. Kriteria untuk menerima dan penolakan suatu hipotesis adalah:

- 1) $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima
- 2) $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternative (H_a) ditolak

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2016: 257) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 sampai satu, dan jika nilai (R^2) mendekati satu menunjukkan bahwa semakin baik dan begitupun sebaliknya jika nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati nol, maka tidak tepat garis regresi yang diperoleh. Dengan menggunakan rumus:

$$KD: R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = koefisien determinasi

KR = koefisien korelasi

G. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik adalah pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya. Jika menguji hipotesis penelitian dengan perhitungan statistik, maka rumusan hipotesis tersebut perlu diubah ke dalam rumusan hipotesis penelitian hanya dituliskan salah satu saja yaitu hipotesis alternative (H_a) atau hipotesis nol (H_0). Sedangkan dalam hipotesis statistic keduanya dipasangkan sehingga dapat diambil keputusan yang tegas yaitu menerima H_0 berarti menolak H_a , begitu juga sebaliknya. Hipotesis statistik pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penguji pengaruh X_1 terhadap Y

$H_0 : \beta_1 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh kemampuan psikis terhadap perilaku peningkatan penjualan

$H_a : \beta_1 > 0$: Terdapat pengaruh kemampuan psikis terhadap peningkatan penjualan

2. Pengujian pengaruh X_2 terhadap Y

Ho : $\beta_2 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh kemampuan psikologis terhadap peningkatan penjualan

Ho : $\beta_2 > 0$: Terdapat pengaruh kemampuan psikologis terhadap peningkatan penjualan

3. Pengujian pengaruh X_3 terhadap Y

Ho : $\beta_3 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh Lingkungan sosial terhadap peningkatan penjualan

Ho : $\beta_3 > 0$: Terdapat pengaruh Lingkungan sosial terhadap peningkatan penjualan

4. Pengujian pengaruh X_4 terhadap Y

Ho : $\beta_3 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh Lingkungan non sosial terhadap peningkatan penjualan

Ho : $\beta_3 > 0$: Terdapat pengaruh Lingkungan non sosial terhadap peningkatan penjualan

5. Pengujian pengaruh $X_1, X_2, X_3, X_4,$ terhadap Y

Ho : $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh kemampuan psikis, kemampuan psikologis, lingkungan sosial dan Lingkungan non sosial secara bersama-sama terhadap peningkatan penjualan.

Ho : $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 > 0$: Terdapat pengaruh kemampuan psikis, kemampuan psikologis, lingkungan sosial dan Lingkungan non sosial secara bersama-sama terhadap peningkatan penjualan.