

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2016). Peran metode penelitian sangat penting karena dalam upaya untuk menghimpun data yang akan diperlukan dalam penelitian, metode penelitian dapat memberikan petunjuk terhadap pelaksanaan penelitian.

#### **3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian**

Obyek penelitian ini ditujukan pada karyawan penjualan PT. Astra International Tbk-Daihatsu yang berlokasi di Jalan Majapahit No. 111-117, Semarang, Jawa Tengah. Alasan dipilihnya karyawan penjualan di PT. Astra International Tbk-Daihatsu, Semarang Jawa tengah adalah karena adanya hal menarik mengenai komitmen organisasional, serta kesediaan pihak karyawan penjualan PT. Astra International Tbk-Daihatsu dalam membantu pengumpulan data penelitian.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah yang bersifat general atau umum yang mempunyai karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti. Penentuan populasi dalam suatu penelitian mutlak digunakan agar penelitian dapat dilakukan terarah dan sistematis. Populasi dari penelitian ini adalah karyawan penjualan PT. Astra International Tbk-Daihatsu Cabang Majapahit, Semarang yang rata-rata dari bulan januari hingga bulan Juni berjumlah 30 orang karyawan penjualan. Namun adanya pandemi Covid-19 membuat penjualan produk kendaraan Mobil di Perusahaan menjadi turun dan untuk karyawan penjualan PT.Astra International Tbk-Daihatsu Cabang Majapahit, Semarang tidak ada yang di PHK, akan tetapi karyawan penjualan yang masa kontraknya habis tidak diperpanjang. Akibatnya berdampak pada Penentuan responden yang awalnya berjumlah 30 orang tersebut, menjadi 15 orang karyawan penjualan. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik dari pengambilan sampel atau sensus dari populasi secara menyeluruh.

### **3.3 Metode Pengumpulan data**

#### **3.3.1 Jenis dan Sumber Data**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari (Azwar, 2016). Berdasarkan data tersebut yang digunakan merupakan hasil kuesioner yang diisi oleh karyawan penjualan mengenai komitmen organisasi. Selain dari hasil isian kuesioner, data primer juga diperoleh dari wawancara dengan key person (Karyawan Terlama) terkait semua hal yang berhubungan dengan kondisi perusahaan. Sumber data di dalam penelitian ini adalah karyawan penjualan yang berjumlah 15 orang.

#### **3.3.2 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan dalam melakukan pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner (Angket) dan Wawancara. Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dapat dijawabnya (Sugiyono, (2016). Kuesioner yang diberikan kepada karyawan penjualan guna memperoleh data terkait deskripsi komitmen organisasional.

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Meleong, 2010). Apabila wawancara hanya menggunakan teknik pengumpulan data, Maka peneliti harus melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang terjadi di PT Astra International Tbk-Daihatsu, dan juga harus meneliti apabila peneliti akan mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dari jumlah respondennya yang sedikit atau kecil. Teknik wawancara dalam penelitian ini dilakukan secara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang tidak menggunakan pedoman penelitian yang sudah disusun secara sistematis dan kompleks untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa gambaran besar pokok permasalahan yang akan ditanyakan.

### 3.3.3 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah acuan untuk menentukan panjang atau pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian tersebut peneliti dapat menggunakan skala *likert*. Skala *likert* sendiri adalah alat untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai kejadian atau fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan menggunakan skala *likert*, variabel yang akan diukur dapat dijabarkan menjadi indikator variabel. Sehingga indikator tersebut dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun berbagai macam pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2016).

Dari berbagai indikator setiap variabel dapat ditentukan dengan berbagai ketentuan sebagai berikut:

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor 2 = Tidak Setuju (TS)

Skor 3 = Netral (N)

Skor 4 = Setuju (S)

Skor 5 = Sangat Setuju (SS)

### 3.4 Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah dengan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabelkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan juga melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis.

#### 3.4.1 Analisis Deskriptif Kuantitatif

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti dapat menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2016), analisis deskriptif kuantitatif adalah analisis yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu.

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan instrument penelitian dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif, penentuan skala dapat diperoleh dengan pengurangan nilai terbesar dengan nilai terkecil dan selanjutnya dibagi dengan kategori skor jawaban (Lumanto, 2019).

Penentuan rentang skala dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$RS = \frac{(\text{Nilai Terbesar} - \text{Nilai Terkecil})}{\text{Jumlah Kategori}}$$

$$RS = \frac{(5 - 1)}{4} = 1$$

Keterangan:

RS = Rentang Skala

Dengan perhitungan rumus diatas, diperoleh hasil rentang skala yaitu “1”. Hal tersebut digunakan oleh peneliti untuk memperoleh skor dalam setiap kategori. Penilaian unsur diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Kategori Interval Tingkat Komitmen Normatif, Komitmen Afektif, dan Komitmen Berkelanjutan**

Skor	Kategori tingkat Komitmen Normatif, Komitmen Afektif, dan Komitmen Berkelanjutan
1 – 1,99	Rendah sekali
2 – 2,99	Rendah
3 – 3,99	Tinggi
4 – 4,99	Tinggi Sekali

Pada tabel 3.1 tersebut diperoleh klasifikasi kategori variabel komitmen karyawan penjualan yaitu jika diperoleh skor (1-1,99) maka termasuk kategori Rendah Sekali, jika skor (2-2,99) termasuk kategori Rendah, jika skor (3-3,99) termasuk kategori Tinggi dan jika Skor (4-4,99) termasuk kategori Tinggi Sekali.