

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian yang dilakukan ini adalah konsumen PT. NSS Semarang yang berlokasi di area Jawa Tengah dan DIY. Konsumen tersebut adalah *outlet* yang menjual kembali produk yang dibeli dari PT. NSS yang jumlahnya 100 *outlet*. Jumlah outlet berdasarkan area ditampilkan pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Area populasi

No.	Area	Jumlah (orang)	%
1.	Solo	23	23
2.	Jogja	12	12
3.	Purwokerto	15	15
4.	Tegal	7	7
5.	Kudus	18	18
6.	Semarang	25	25
	Total	100	100

Sampel adalah bagian dari populasi. Maka sampelnya adalah sebagian dari konsumen PT. NSS Semarang yang berlokasi di area Jawa Tengah dan DIY, yaitu 50 konsumen. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* yang adalah konsumen aktif yang dilihat dari kerutinan pembelian dalam 3 bulan terakhir pada PT NSS dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini. Sample diambil dari konsumen aktif, karena konsumen tersebut dianggap mampu untuk memberikan respons yang lebih akurat dibandingkan dengan konsumen yang pasif.

Konsumen yang rutin membeli dalam 3 bulan terakhir dianggap aktif karena tempo pembayaran tagihan maksimal yang diberikan kepada konsumen adalah 3 bulan. Dalam hal ini, konsumen yang aktif seharusnya akan melakukan pembelian kembali setelah pelunasan tagihan. Selain itu, rata-rata konsumen membeli setiap 3 bulan sekali.

3.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai objek penulisan (Ghozali, 2013). Sumber data berasal dari pembagian kuesioner kepada 50 konsumen PT. NSS yang termasuk dalam sampel penelitian.

3.3. Teknik Pengambilan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian adalah teknik kuesioner (Sugiyono, 2014) dengan skala *likert*. Dalam setiap jawaban dari pertanyaan-pertanyaan kuesioner diberikan bobot nilai sebagai berikut:

1. Skor 1 = Sangat tidak setuju
2. Skor 2 = Tidak setuju
3. Skor 3 = Netral
4. Skor 4 = Setuju
5. Skor 5 = Sangat Setuju

3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas dan reliabilitas diperoleh dari uji coba kuesioner untuk memperoleh informasi mengenai kualitas instrumen yang digunakan, yaitu informasi mengenai sudah atau belumnya instrumen yang bersangkutan memenuhi persyaratan sebagai alat pengumpul data. Kuesioner dapat dikatakan memenuhi persyaratan apabila instrumen-instrumen dalam kuesioner tersebut valid dan reliabel.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat ukur yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Dalam uji validitas digunakan perhitungan *Product Moment* dan dibandingkan dengan r kritisnya (Ghozali, 2013).

$$R_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{[n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2] [n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

R_{xy} = koefisien korelasi (r hitung)

X = instrumen indikator

Y = variabel yang bersangkutan

N = jumlah

Angka korelasi yang diperoleh dibandingkan dengan angka tabel korelasi pada baris N dan taraf signifikan 5 %. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ korelasi antara butir dengan skor total (pada taraf signifikansi 5 %), maka pertanyaan yang digunakan tersebut valid. Sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ korelasi antara butir dengan skor total (pada taraf signifikansi 5 %), maka pertanyaan yang digunakan tersebut tidak valid. Pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS.

Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Product</i>	<i>Product 1</i>	0.447	0.279	Valid
	<i>Product 2</i>	0.447	0.279	Valid
<i>Price</i>	<i>Price 1</i>	0.415	0.279	Valid
	<i>Price 2</i>	0.415	0.279	Valid
<i>Place</i>	<i>Place 1</i>	0.357	0.279	Valid
	<i>Place 2</i>	0.357	0.279	Valid
<i>Promotion</i>	<i>Promotion 1</i>	0.818	0.279	Valid
	<i>Promotion 2</i>	0.818	0.279	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa nilai r_{hitung} semua item pernyataan $> r_{tabel}$ sehingga semua item dalam kuesioner penelitian ini dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Secara empirik, tinggi rendahnya reliabilitas ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Tinggi rendahnya reliabilitas tes dicerminkan oleh Cronbach alpha. Sebaliknya, apabila dua tes yang dianggap paralel ternyata menghasilkan skor yang satu dengan yang lain berkorelasi rendah, maka dapat dikatakan bahwa reliabilitas hasil ukur tes tersebut tidak tinggi.

Rumus uji reliabilitas :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma^2_{xL}}{\sigma^2_X} \right)$$

Keterangan:

α = Cronbach's Coefficient Alpha atau reliabilitas instrument

k = jumlah pecahan atau banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma^2_{xL}$ = total dari varian masing-masing pecahan

σ^2_X = varian dari total skor

Ukuran reliabilitas adalah (Ghozali, 2013):

1. Apabila nilai r lebih besar dari 0,6 maka dinyatakan reliabel.
2. Apabila nilai r lebih kecil dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 3.3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Produk	0.618	reliabel
Price	0.655	reliabel
Place	0.650	reliabel
Promotion	0.898	reliabel

Sumber: Data Primer yang Diolah

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk semua variabel > 0.6 sehingga kuesioner dikatakan reliabel.

3.5. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yang diolah dari hasil pembagian kuesioner. Menurut Ghozali (2013) metode analisis deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan dengan menganalisis dan mendeskripsikan keadaan dari suatu objek yang akan diteliti. Pendapat responden dari setiap elemen bauran pemasaran akan dideskripsikan dengan menggunakan bantuan tabel frekuensi dan rata-rata tiap elemen bauran pemasaran. Untuk mengetahui efektivitas strategi dilakukan dengan tabulasi alasan-alasan setiap item pernyataan.

$$RS \text{ (Rentang Skala)} = \text{Max} - \text{Min} / \text{kelas} = 5 - 1 / 3 = 1.33$$

Rentang skala (kelas interval)	Kategori
1.00-2.33	Kurang efektif
2.34-3.66	Efektif
3.67-5.00	Sangat efektif

