

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk menyajikan hasil pengumpulan data kuantitatif, seperti survei, apa adanya tanpa memperhitungkan atau menganalisis hubungannya dengan perlakuan atau variabel lain. Menurut Sugiyono (2020:8), metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui nilai suatu variabel secara mandiri, baik satu variabel maupun lebih (independen), tanpa membandingkan atau menghubungkannya dengan variabel lain. Dengan kata lain, penelitian ini hanya berfokus pada kondisi variabel tersebut tanpa adanya pengaruh atau keterkaitan dengan variabel lain, seperti dalam penelitian eksperimen atau korelasi. Sugiyono (2019:17) juga menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif didasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data melalui instrumen penelitian. Data yang terkumpul dianalisis secara kuantitatif untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari guna memperoleh informasi, yang kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan (Sugiyono, 2021: 6). Dalam hal ini, variabel yang dimaksud mencakup variabel bebas, yaitu variabel yang memengaruhi atau menyebabkan munculnya variabel terikat, yang dipengaruhi dan merupakan akibat dari variabel bebas tersebut (Sugiyono, 2019: 39). Berdasarkan hipotesis tersebut, peneliti menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

1. Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication Tools*)

Variabel ini mencakup beberapa indikator, yaitu periklanan (advertising), pemasaran langsung (*direct marketing*), pemasaran digital/internet

(*digital/internet marketing*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan publik (*publicity relation*), dan penjualan pribadi (*personal selling*).

2. Keputusan Pembelian

Variabel ini dipengaruhi oleh beberapa indikator, seperti kesesuaian dengan kebutuhan, manfaat yang diperoleh, ketepatan dalam membeli produk, serta pembelian barang.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan subjek atau objek yang memiliki karakteristik dan jumlah tertentu, sebagaimana ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan disimpulkan (Sugiyono, 2020: 11). Populasi mencakup hasil pengukuran atau perhitungan, baik secara kualitatif maupun kuantitatif, yang menggambarkan sekelompok objek dengan karakteristik yang jelas dan spesifik.

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2019: 109). Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud mencakup seluruh pengguna produk Indihome di Plasa Telkom Nias, khususnya mereka yang telah merasakan pendekatan perusahaan melalui komunikasi pemasaran terpadu yang bertujuan untuk menarik minat pelanggan hingga akhirnya memutuskan untuk menggunakan produk Indihome. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan, yang sejak peluncuran produk pada akhir tahun 2017 hingga saat ini telah mencapai 2.500 pelanggan.

Populasi yang digunakan sebagai bahan penelitian mencakup konsumen layanan Indihome dari Januari hingga Juni 2023, yang berjumlah 565 orang. Data ini diperoleh berdasarkan rekapitulasi bulanan selama tahun 2023 (tabel 3.1).

Tabel 3.1 Rekapitulasi Pelanggan Indihome Plasa Telkom Nias Bulan Januari sd. Juli 2023

Bulan	Jumlah	Target
Januari	91	9
Februari	94	10
Maret	96	10
April	93	9

Mei	93	9
Juni	98	10
Total	565	57

Sumber: Plasa Telkom Nias

3.3.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasi terlalu besar dan tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari keseluruhannya, maka sampel dapat diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2018).

Menurut Arikunto (2019:109), sampel merupakan sebagian atau representasi dari populasi yang diteliti. Jika jumlah responden kurang dari 100, seluruh populasi dijadikan sampel sehingga penelitian menjadi penelitian populasi. Namun, jika jumlah responden lebih dari 100, pengambilan sampel dilakukan sebesar 10%-15% atau 20%-25% dari total populasi, atau lebih.

Dalam penelitian ini, sampel terdiri dari konsumen produk IndiHome di Plasa Telkom Nias sebanyak 10% dari populasi, karena jumlah populasi mencapai 565 pelanggan. Berdasarkan perhitungan $565 \times 10\% / 100 = 56,5$, maka jumlah sampel yang digunakan dibulatkan menjadi 57 pelanggan.

3.4 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiono (2019: 1), instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam atau sosial yang diamati. Instrumen tersebut dirancang berdasarkan tujuan pengukuran dan teori yang menjadi landasannya. Instrumen penelitian disesuaikan untuk kebutuhan spesifik dari suatu penelitian tertentu dan tidak dapat digunakan untuk penelitian lain. Oleh karena itu, peneliti perlu merancang sendiri instrumen yang akan digunakan.

Pada penelitian kuantitatif, instrumen penelitian umumnya terdiri dari lembar observasi dan kuesioner (angket), yang dapat dianalisis menggunakan aplikasi SPSS Versi 25. Berikut adalah jenis-jenis instrumen penelitian yang sering digunakan dalam penelitian kuantitatif:

1. Lembar Observasi : Sebuah pedoman yang memuat indikator-indikator untuk melakukan pengamatan. Lembar ini bertujuan untuk memperoleh informasi terkait variabel yang relevan dengan tujuan penelitian, dengan tingkat validitas dan reliabilitas yang optimal.
2. Kuesioner (Angket) : Alat pengumpulan data berupa daftar pertanyaan tertulis yang diisi oleh responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah proses penting dalam memperoleh data untuk penelitian. Menurut Sugiyono (2021: 45), jika peneliti tidak memahami teknik pengumpulan data, maka data yang diperoleh mungkin tidak memenuhi standar yang ditetapkan. Dengan menggunakan teknik yang terstruktur, peneliti dapat melaksanakan penelitian dengan lebih mudah.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Teknik Observasi, yaitu pengamatan yang sengaja dilakukan terhadap aktivitas individu atau objek yang diteliti di lokasi penelitian.
- b. Teknik Angket (*Kuesioner*), yang diberikan kepada responden terpilih dan kemudian akan diolah serta dianalisis oleh peneliti.

3.5.1 Data

Menurut Sugiyono (2021: 45), sumber data primer adalah sumber yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data. Kuesioner, sebagai salah satu teknik pengumpulan data, melibatkan pemberian seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup. Dalam penelitian ini, data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 57 pelanggan yang merupakan sampel pengguna produk Indihome di Plasa Telkom Nias.

Menurut Sugiyono (2021:45), data terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh melalui sumber pustaka dan literatur lainnya.

b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui studi dokumen, laporan, serta data pendukung lain yang relevan dengan penelitian.

Berdasarkan pernyataan tersebut, peneliti akan menggunakan kedua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

3.5.2 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data merupakan metode untuk memetakan, menganalisis, menghitung, dan memvalidasi data yang telah dikumpulkan guna menjawab rumusan masalah dan menarik kesimpulan dalam penelitian. Teknik ini digunakan untuk memperoleh hasil atau jawaban atas masalah yang ada dalam penelitian serta untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2020: 28). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yang akan dianalisis melalui metode statistik dan disajikan dalam bentuk angka.

Peneliti mengolah data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner dalam bentuk kuantitatif. Hal ini berarti menentukan skor berdasarkan jawaban yang diberikan oleh pelanggan sebagai responden. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2018), tanggapan terhadap setiap item instrumen menggunakan skala Likert yang memiliki rentang dari sangat positif hingga negatif.

Oleh karena itu, peneliti akan melaksanakan langkah-langkah berikut:

1. Verifikasi Data

Menurut Sugiyono (2020: 1), "verifikasi data dilakukan dengan memeriksa data yang mungkin tidak lengkap atau tidak sesuai untuk diolah. Pada tahap ini, dilakukan penelitian terhadap data untuk memastikan tidak ada kesalahan di dalamnya."

2. Pengolahan Angket

Angket adalah serangkaian pertanyaan yang diberikan oleh peneliti kepada responden terkait masalah yang akan diteliti, dan jawaban dari responden akan diberi nilai (Sugiyono, 2018: 75). Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan skala Likert, menurut Sugiyono (2018: 86), yang berfungsi

untuk mengetahui dan mengukur pendapat serta pandangan responden mengenai lokasi penelitian.

Skala ini terdiri atas beberapa kriteria dengan nilai yang berbeda, yang dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Bobot Kriteria Skala Likert

Kriteria	Skor
STS (Sangat Tidak Setuju)	1
TS (Tidak Setuju)	2
S (Setuju)	3
SS (Sangat Setuju)	4

3. Uji Validitas

Pengujian validitas bertujuan untuk menilai apakah suatu kuesioner sah atau valid. Jika pertanyaan dalam kuesioner dapat menggambarkan hal yang akan diukur, maka kuesioner tersebut dianggap valid (Sugiyono, 2018: 45).

Untuk menentukan tingkat validitas alat penelitian, peneliti akan menggunakan rumus *Product Moment Pearson* yang dikemukakan oleh Arikunto (2018: 213).

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[(N\sum x^2 - (\sum x)^2)][(N\sum y^2 - (\sum y)^2)]}} \quad (3.1)$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien hubungan variable X dan Y
- X = Jumlah nilai butir angket
- Y = Jumlah keseluruhan nilai angket
- N = Jumlah responden

Setelah nilai r_{xy} diperoleh, langkah selanjutnya adalah membandingkannya dengan nilai r_{tabel} pada tingkat signifikansi 5%. Jika $r_{xy} \geq r_{tabel}$ 5%, maka beberapa pertanyaan yang diajukan dianggap sesuai atau valid.

4. Uji Reliabilitas

Reliabilitas secara dasar merujuk pada sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Jika hasil pengukuran yang dilakukan konsisten dan relatif sama, maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat

reliabilitas yang baik (Sugiyono, 2018: 126). Untuk menguji reliabilitas, digunakan rumus Spearman-Brown yang diungkapkan oleh Arikunto (2016: 160) sebagai berikut :

$$r_{ii} = \frac{2 \frac{1}{2} \frac{1}{2}}{(1 + \frac{1}{2} \frac{1}{2})} \quad (3.2)$$

Keterangan:

r_{ii} : reliabilitas alat pengukuran

$r_{1/2 \ 1/2}$: indeks hubungan antara kedua alat pengukuran

Untuk menafsirkan nilai reliabilitas, di lakukan perbandingan dengan nilai table pada taraf signifikansi 0,05. Nilai reliabilitas dikatakan memenuhi syarat jika $r_{11} \geq r_{tabel}$.

5. Uji Koefisien Korelasi

Untuk menguji koefisien korelasi pada angket, maka digunakan rumus *product moment* (Arikunto, 2016: 213):

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[(N \sum x^2 - (\sum x)^2)][(N \sum y^2 - (\sum y)^2)]}} \quad (3.3)$$

Dan untuk menginterpretasikan mengenai besarnya koefisien korelasi digunakan pendapat menurut Syofian Siregar (2017: 251):

0,81 – 1,00 = Hubungan tinggi sekali

0,61 – 0,80 = Hubungan tinggi

0,41 – 0,60 = Hubungan sedang

0,21 – 0,40 = Hubungan rendah

0,00 – 0,20 = Hubungan rendah sekali

6. Koefisien Determinasi

Menurut Supangat (2017: 341), koefisien determinasi merujuk pada persentase (%) yang menunjukkan sejauh mana kekuatan hubungan tersebut. Rumus yang digunakan adalah:

$$KD = r^2 \times 100\% \quad (3.4)$$

7. Regresi Linear Sederhana

Menurut Supangat (2017: 334), regresi linear sederhana adalah suatu bentuk hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

Rumus regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada Sofyan (2017: 284):

$$Y = a + bX \quad (3.5)$$

Ket:

X = Variabel yang bebas a = Bilangan konstanta

Y = Variabel yang tidak bebas b = Hubungan regresi

a dan b memiliki nilai persamaan regresi, yaitu:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad (3.6)$$

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad (3.7)$$

Keterangan:

X = nilai sebuah variabel yang bebas

Y = Nilai sebuah variabel yang tidak bebas

n = Banyaknya data

8. Pengujian Hipotesis (Uji T)

Menurut Umar (2016: 104), hipotesis mempunyai arti untuk merumuskan sementara tentang apa saja yang telah dilakukan/dibuat untuk dapat dijelaskan dan memberi arahan kepada peneliti. Untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak, akan dilakukan uji statistik.

Untuk menguji sampel yang berjumlah 65 responden, akan digunakan Uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}} \quad \text{Dengan} \quad dk = n_1 + n_2 - 2$$

$$\rightarrow dk = n - 2$$

Keterangan:

t	=	Harga hitung
r	=	Simbol untuk angka hubungan / korelasi dalam <i>product moment</i>
dk	=	Derajat kebebasan
n	=	Besarnya sampel

3.6 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Plasa Telkom Nias, yang terletak di Jl. Moh. Hatta No. 07 Gunungsitoli. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati situasi terkait dengan judul yang diangkat, yang berhubungan dengan objek penelitian, yaitu Divisi Sales Force pemasaran Indihome dan kondisi lapangan. Peneliti dibimbing langsung oleh Kepala Kantor Head Office, Arjuna H. Siburian, yang memberikan penjelasan tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan Indihome yang berlaku saat ini di Plasa Telkom Nias.