

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, karena tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *promotional mix* (bauran promosi) yang antara lain *advertising* (iklan), *personal selling* (penjualan pribadi), *sales promotion* (promosi penjualan) dan *publicity* (publisitas) terhadap peningkatan citra dengan menggunakan metode analisis statistik SPSS regresi linear berganda. Metode pengambilan contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan prosedur *judgement sampling* atau pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitian.

B. Identifikasi Variabel

1. Variabel independen

Variabel bebas (variabel independen) dalam Nazir (2003:124) merupakan “Variabel yang mempengaruhi terhadap variabel lainnya”. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Iklan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*) dan publisitas (*publicity*). Variabel independen disimbolkan dengan “X1” (*advertising*), “X2” (*personal selling*), “X3” (*sales promotion*) dan “X4” (*publicity*).

2. Variabel dependen

Variabel terikat (variabel dependen) menurut Nazir (2003:124) adalah “Variabel yang tergantung atas variabel lain”. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah peningkatan citra, dimana variabel dependen disimbolkan dengan “Y”.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional yang dijelaskan adalah operasionalisasi konsep agar dapat diteliti atau diukur melalui gejala-gejala yang ada. Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur, sehingga peneliti dapat mengetahui baik buruknya pengukuran tersebut.

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. *Advertising* (periklanan)

Adalah bentuk presentasi dan promosi bukan pribadi tentang ide, produk dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu.

Indikatornya: 1) Penemuan informasi tentang produk/perusahaan dari berbagai media iklan atau cetak. 2) Desain media yang digunakan menarik. 3) Informasi yang disampaikan dalam berbagai media cetak maupun elektronik jelas.

Skor sikap: Sangat setuju (5), Setuju (4), Cukup (3), Tidak Setuju (2), Sangat tidak setuju (1).

Skala pengukuran: Ordinal.

b. *Sales Promotion* (promosi penjualan)

Adalah aktivitas penjualan selain penjualan pribadi, periklanan dan publisitas yang mendorong pembelian konsumen dan efektivitas peritel dalam bentuk peragaan, pertunjukan, pameran, demonstrasi dan sebagainya.

Indikatornya: 1) Pameran 2) Kupon, Stiker dan lain-lain 3) Diskon dan Promosi berhadiah.

Skor sikap: Sangat setuju (5), Setuju (4), Cukup (3), Tidak Setuju (2), Sangat tidak setuju (1).

Skala pengukuran: Ordinal.

c. *Personal Selling* (penjualan pribadi)

Adalah presentasi lisan dalam bentuk percakapan dengan satu orang calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan.

Indikatornya: 1) Pengetahuan produk 2) Kemampuan berkomunikasi dan sopan santun 3) Kerapian *sales person*.

Skor sikap: Sangat setuju (5), Setuju (4), Cukup (3), Tidak Setuju (2), Sangat tidak setuju (1).

Skala pengukuran: Ordinal.

d. *Publicity* (publisitas)

Adalah upaya menimbulkan permintaan bukan secara pribadi pada produk, jasa, atau ide dengan menggunakan berita komersial di media massa dan sponsor yang tidak dibebankan sejumlah pembayaran secara langsung.

Indikatornya: 1) Berita yang tersebar mengenai kampus 2) Kegiatan pelayanan masyarakat 3) Prestasi kampus

Skor sikap: Sangat setuju (5), Setuju (4), Cukup (3), Tidak Setuju (2), Sangat tidak setuju (1).

Skala pengukuran: Ordinal.

e. Peningkatan citra

Adalah impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, suatu objek, orang atau mengenai lembaga.

Indikatornya: 1) Pengenalan lembaga di mata konsumen 2) Sikap konsumen terhadap lembaga 3) Keyakinan konsumen terhadap lembaga.

Skor sikap: Sangat setuju (5), Setuju (4), Cukup (3), Tidak Setuju (2), Sangat tidak setuju (1).

Skala pengukuran: Ordinal.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini harus dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, serta dapat memberi gambaran secara menyeluruh tentang masalah yang diteliti. Penulis dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan data kualitatif, menurut Fatihudin (2012:98) “Data kuantitatif yakni data dalam bentuk angka-angka sedangkan data kualitatif yakni data mengenai sifat, karakter dan tidak berbentuk. Data kualitatif dapat dikuantifikasikan seperti dalam persentase setuju, baik, puas, sangat puas dan lain-lain”.

2. Sumber data

Penulis menggunakan data primer dan data sekunder dalam penelitian ini. Data primer menurut Fatihudin (2012:98) yakni “Data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti sendiri secara langsung dari obyek penelitian”. Data ini diperoleh melalui pengamatan langsung, wawancara, pengisian kuesioner atau bukti transaksi.

Data sekunder menurut Fatihudin (2012:98) adalah “Data yang dikumpulkan peneliti secara tidak langsung atau menggunakan sumber lain, badan atau institusi lain”. Data sekunder bisa bersumber dari data primer yang diolah lebih lanjut oleh pihak pengumpul data primer atau diperoleh dari pihak lain dari berbagai sumber studi literatur antara lain buku, internet, majalah, koran, data-data dari organisasi dan hasil-hasil penelitian terdahulu. Data tersebut digunakan untuk mendukung data primer yang ada.

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi menurut Sudjana dalam Fatihudin (2012:54) adalah “Totalitas semua nilai yang mungkin, hasil menghitung atau pengukuran, kuantitatif atau kualitatif daripada kareteristik tertentu mengenai sekumpulan obyek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya”.

Populasi penelitian ini program studi S1 Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surabaya. Program studi ini dipilih sebagai populasi karena

merupakan program studi primadona dan memiliki kemampuan bersaing dengan para pesaingnya.

2. Sampel

Sampel menurut Fatihudin (2012:55) merupakan “Suatu bagian (*subset*) dari populasi, sebagian dari populasi, sampel bisa berupa sifat, benda, gejala, peristiwa, manusia, perusahaan, jenis produksi, keuangan, saham, obligasi, surat berharga lainnya”.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan prosedur *judgement sampling* atau pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitian. Kriteria dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

1. Konsumen adalah mahasiswa aktif S1 Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Konsumen dinilai mampu untuk mengisi kuesioner dan bersedia untuk mengisi kuesioner yang di sediakan.
3. Dalam satu rombongan mahasiswa hanya diambil satu orang yang dijadikan responden.
4. Dalam satu rombongan teman atau kenalan, mengisi masing-masing satu kuesioner.

Penentuan kriteria tersebut ditujukan agar responden benar-benar memberikan penilaian yang obyektif. Penentuan jumlah responden berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin menurut Umar dalam Virgiola (2011:24) yaitu:

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

Keterangan:

- n = Ukuran contoh (responden)
- N = Jumlah mahasiswa prodi S1 Keperawatan UMSurabaya
- e = Persen kelonggaran ketidak telitian yang masih bisa ditolerir 10%

F. Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Software Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 16*. Dalam hal ini dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji keandalan kuesioner, analisis regresi untuk melihat pengaruh kegiatan promosi dengan pencitraan Universitas Muhammadiyah Surabaya dan mengetahui bauran promosi yang paling berpengaruh terhadap peningkatan citra Universitas Muhammadiyah Surabaya.

1. Uji validitas

Menurut Umar dalam Virgiola (2011:25) “Uji validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat keshahihan suatu alat ukur atau instrumen (kuesioner)”. “Validitas menunjukkan sejauh mana alat itu mengukur apa yang harus diukur oleh alat itu” (Nasution 2006:74), untuk uji validitas diketahui dengan cara menghitung nilai korelasi (r) antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *Product Moment Pearson* berikut :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{\{(n \sum x^2) - (\sum x)^2\} \{(n \sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien validitas yang dicari
- n = Jumlah responden
- x = Skor masing-masing pertanyaan x

- y = Skor masing-masing pertanyaan y

Menggunakan $\alpha = 0,05$ (5%) diketahui $r_{hitung} > r_{tabel}$. “Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka status kuesioner adalah gugur” (Hadi dalam Sunyoto, 2013:133).

2. Uji reliabilitas

Reliabilitas menurut Nasution (2006:76) merupakan “Konsistensi suatu alat ukur didalam mengukur gejala yang sama”. Kuesioner reliabel adalah kuesioner yang apabila dicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. “Uji reliabilitas data kuesioner dilakukan dengan menggunakan perhitungan metode *Cronbach's Alpha* berikut” (Virgiola, 2011:26):

$$r_n = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2_1} \right]$$

Keterangan:

- r_n = Reliabilitas instrumen
- k = Butir pertanyaan
- σ^2_1 = Jumlah ragam total
- $\sum \sigma^2 b$ = Jumlah ragam butir

Rumus untuk mencari nilai ragam adalah:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

- σ^2 = Ragam
- n = Jumlah contoh (responden)
- x = nilai skor yang dipilih

3. Analisis regresi linear berganda

a) Uji asumsi klasik statistik

“Model regresi linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut bebas dari asumsi klasik statistik” (Nugroho dalam Virgiola, 2011:27). “Proses pengujian asumsi klasik statistik dilakukan bersama-sama dengan proses uji regresi, sehingga langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian asumsi klasik statistik menggunakan media kotak kerja yang sama dengan uji regresi SPSS” (Virgiola, 2011:27).

1) Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti terdistribusi normal atau tidak. Nilai residual berdistribusi normal merupakan suatu kurva berbentuk lonceng yang kedua sisinya melebar sampai tidak terhingga. Distribusi data dikatakan tidak normal karena terdapat nilai ekstrem dalam data yang diambil. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Kurva nilai residual terstandarisasi dikatakan menyebar dengan normal apabila nilai *asym.sig. (2-tailed)* $> \alpha$.

2) Multikoleniaritas

Uji multikoleniaritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara suatu variabel independen dengan variabel independen yang

lain. Selain itu, deteksi terhadap multikolinearitas juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Nugroho dalam Virgiola, 2011:28). Deteksi terhadap multikolinearitas pada suatu model dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 pada kotak kerja hasil pengolahan data SPSS.

3) Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas ini dimaksudkan untuk mengetahui, apakah terdapat pengaruh sistematis antara variabel yang diidentifikasi dengan residual absolutnya. “Cara memprediksi adanya heteroskedastisitas pada suatu model yang dilihat dari pola gambar diagram pencar model regresi pada hasil pengolahan data” (Nugroho dalam Virgiola, 2011:28). Analisis pada diagram pencar menyatakan model regresi linear berganda tidak terdapat heteroskedastisitas jika, Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.

b) Persamaan regresi

Regresi bertujuan untuk menguji pengaruh pengaruh antara satu variabel terhadap variabel lain. “Variabel yang dipengaruhi disebut variabel tergantung atau dependen, sedangkan variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau variabel independen” (Umar dalam Virgiola, 2011:28). Dalam regresi berganda, persamaan regresi mempunyai lebih dari satu variabel independen. Untuk memberi simbol variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi berganda adalah dengan melanjutkan simbol yang digunakan pada regresi sederhana, yaitu dengan menambah tanda bilangan pada setiap variabel independen tersebut.

Dalam penelitian ini, ada lebih dari satu variabel independen yang mempengaruhi satu variabel dependen. Maka, penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Dan rumusnya adalah:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + e \dots \dots \dots$$

Keterangan:

- Y = Citra program studi S1 Keperawatan
- x_1 = *Advertising*
- x_2 = *Personal selling*
- x_3 = *Sales promotion*
- x_4 = *Publicity*
- a, b_1 , b_2 , b_3 , b_4 = koefisien regresi
- e = *error term* (galat)

Formulasi di atas kemudian diolah dengan menggunakan *software* SPSS versi 16 untuk mendapatkan hasil dari pengaruh variabel independen

terhadap variabel dependen. Dapat juga terlihat bauran *promotional mix* yang memberi pengaruh paling besar terhadap citra program studi S1 Keperawatan.

c) Uji F dan uji t

Untuk mengetahui apakah suatu persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen, maka perlu dilakukan uji simultan (uji F) dan uji parsial (uji t). Uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Pengujian terhadap pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap perubahan nilai variabel dependen dilakukan melalui pengujian terhadap besarnya perubahan nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh perubahan nilai semua variabel independen.

Langkah pertama dalam melakukan uji simultan adalah menentukan perumusan hipotesis. Hipotesis nol dan hipotesis tandingannya ditentukan sebagai berikut:

H0 diterima jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ untuk $\alpha = 5\%$

H1 diterima jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ untuk $\alpha = 5\%$

Uji parsial bertujuan untuk memastikan apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Caranya adalah dengan melakukan pengujian terhadap koefisien regresi setiap variabel independen. Langkah pertama

dalam melakukan uji parsial adalah menentukan perumusan hipotesis.

Hipotesis nol dan hipotesis tandingannya ditentukan sebagai berikut :

H0 diterima jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ untuk $\alpha = 5 \%$

H1 diterima jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ untuk $\alpha = 5 \%$