

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

Sebagaimana disampaikan pada bab awal, penelitian ini dilakukan untuk menganalisa *salesperson performance* di perusahaan penyedia jasa pelatihan yang terdapat di kota Yogyakarta. Dari pengamatan yang telah dilakukan peneliti diketahui bahwa persaingan dalam industri jasa pelatihan semakin ketat seiring dengan semakin banyaknya lembaga-lembaga pelatihan baru yang muncul dan meramaikan persaingan. Maka berangkat dari kerangka penelitian teoritis dan model yang sudah terbentuk pada bab sebelumnya, dijadikan landasan teori untuk penelitian ini.

#### **A. Obyek dan Subyek Penelitian**

Objek penelitian adalah perusahaan *training provider* yang berlokasi di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Sedangkan subyek Penelitian ini adalah para tenaga penjualan yang melaksanakan fungsi penjualan pada beberapa perusahaan training provider yang berada di wilayah Yogyakarta.

## **B. Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel dan Jumlah Sampel**

Populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan riset penjualan (Malhotra, 2007). Sedangkan Menurut Arikunto (2002), populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang peneliti bermaksud meneliti seluruh elemen yang terdapat di dalam suatu wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Berdasarkan penjabaran di atas, maka pada penelitian ini dapat ditetapkan populasi penelitian yaitu tenaga penjualan yang bekerja di perusahaan training provider yang ada di Wilayah Yogyakarta, yang dalam proses penjualannya berinteraksi langsung dengan pelanggan atau pengguna jasa.

Sampel adalah subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam penelitian (Malhotra, 2007). Sampel yang dilibatkan pada penelitian ini menggunakan sebagiann dari populasi untuk diteliti.

Hal ini disebabkan karena beberapa alasan seperti jumlah populasi yang banyak dan tidak diketahui jumlah pastinya sehingga akan memerlukan banyak waktu, biaya dan tenaga kerja dalam pelaksanaannya. Sugiyono (2007) mengemukakan, ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, maka digunakan rumus Slovin (Umar, 2003). Sampel diambil dari jumlah populasi tenaga penjualan di perusahaan *training provider* yang bekerja pada bulan Juli tahun 2018 yakni sebanyak 130 orang dari 20 perusahaan *training provider* yang ada di Yogyakarta, dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel/jumlah responden

N = ukuran populasi.

e = persentase kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan.

Maka didapatkan:

$$n = \frac{130}{1+130(0,05)^2}$$

$$n = \frac{130}{1,325}$$

$$n = 98,113 \text{ (syarat minimal sampel)}$$

$$n = 98 \text{ responden}$$

### C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek (*self report data*), yaitu jenis data penelitian yang berupa sikap, opini, pengalaman, atau karakteristik seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian/ responden (Indriantoro dan Supomo, 1999, p.145). Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Menurut Indriantoro dan Supomo (1999, p. 147) data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti. Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian.

Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang didistribusikan kepada responden tentang pengaruh kompetensi SDM, orientasi pelanggan terhadap *salesperson performance*.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam suatu penelitian ilmiah diperlukan suatu metode pengumpulan data yang dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan penelitian yang relevan, akurat dan terpercaya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan lembar kuesioner yang didistribusikan kepada responden.

Kuesioner yang digunakan diukur dengan skala Likert menggunakan skala 5, yaitu nilai dari satu hingga lima pada setiap indikator dimana:

- 1 = sangat tidak setuju
- 2 = tidak setuju
- 3 = netral
- 4 = setuju
- 5 = sangat setuju

Sehingga digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Sekaran, (2011)

Penggunaan skala 1 – 5 dimaksudkan untuk menghindari jawaban responden yang cenderung memilih jawaban di tengah, sehingga menghasilkan respon yang mengumpul di tengah (grey area).

## E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang diamati (Azwar, 2007). Definisi operasional diperlukan untuk menyamakan asumsi-asumsi terhadap permasalahan yang akan dibahas. Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini yaitu:

- a. *Salesperson performance* sebagai variabel dependen atau variabel terikat (Y)
- b. *Salesperson competencies* ( $X_1$ ) sebagai variabel independen atau variabel bebas, yakni seberapa besar *Salesperson*

*Competencies* memberikan kontribusi pada *salesperson performance*

- c. Orientasi Pelanggan (X<sub>2</sub>) sebagai variabel independen, yakni seberapa besar strategi orientasi pada pelanggan memberikan kontribusi pada *salesperson performance* (Y)

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variable**

No	Variabel	Indikator	Referensi
1	<i>Salesperson Competencies</i>	a. Keterampilan / <i>Skill</i> b. Pengetahuan / <i>Knowledge</i> c. Perilaku atau sikap kerja <i>Attitude</i> / <i>Personal Attributes</i>	Spencer and Spencer (1993)
2	Orientasi Pelanggan	a. Tujuan utama untuk selalu memenuhi kebutuhan pelanggan b. Berusaha menciptakan kepuasan pelanggan c. Berusaha menciptakan loyalitas pelanggan d. Selalu menganalisis keluhan pelanggan e. Selalu menganalisis kepuasan pelanggan dan digunakan sebagai bahan pengembangan selanjutnya	Gustafsson (2003)
4.	<i>Salesperson performance</i>	1. Peningkatan Volume Penjualan 2. Pencapaian Tingkat pertumbuhan penjualan 3. Pertumbuhan jumlah pelanggan	Ferdinand (2000)

Sumber: Hasil olahan penelitian, 2018

## F. Uji Kualitas Instrument

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrumen penelitian, yaitu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner dianggap mampu untuk mengungkapkan apa yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Dengan menggunakan instrumen penelitian yang memiliki validitas tinggi, maka hasil penelitian akan mampu menjelaskan masalah penelitian sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Tinggi rendahnya validitas suatu angket dihitung dengan teknik Korelasi Product Moment dengan rumus:

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

Keterangan :

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara variabel x dan y

n : Jumlah sampel

x : Nilai total atribut



$y$  : Nilai dari variabel

Menurut Umar (2003), menyebutkan bahwa jika koefisien korelasi product moment melebihi  $r$  tabel maka dianggap valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel dan handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* (pengukuran sekali saja). Disini pengukuran hanya dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan ciri *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  Nunnaly (Ghozali, 2005).

## G. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independent, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 20011). Untuk mengetahui normalitas data dapat menggunakan statistic “*Kolmogorov Smirnov*” pada nilai unstandarized residual. Kriteria yang digunakan jika nilai “*Asymp Sig*” (2 tailed) lebih besar dari 0,05 dapat dinyatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji Statistik Non parametric dilakukan dengan membuat hipotesis (Ghozali, 20011).

Ho : Data residual terdistribusi normal

Ha : Data residual terdistribusi tidak normal

### 2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor (VIF)*. *Tolerance* mengukur variable bebas yang dipilih yang tidak dapat dijelaskan oleh

variable bebas lainnya. VIF merupakan salah satu statistik yang dapat digunakan untuk mendeteksi gejala multikolinear (*multicollinearity, collinearity*) pada analisis regresi yang sedang disusun. Ukuran nilai tolerance dan VIF menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $> 10$ . Dan sebaliknya jika VIF  $< 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Merupakan salah satu bagian dari uji asumsi klasik dalam model regresi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. ZPRED adalah *Standardized Predicted Value* atau nilai prediksi yang terstandarisasi, sementara SRESID adalah *Studentized Residual*, dimana dalam uji heteroskedastisitas scatterplots ini hendak mencari tahu apakah terdapat pola hubungan tertentu antara SRESID

dan ZPRED. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada pada grafik *scotterplot* secara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah distudentized. Dasar analisis Jika ada pola yang tidak jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Semakin sedikit jumlah pengamatan semakin sulit menginterpretasikan hasil grafik plot. Oleh sebab itu diperlukan uji statistic dengan uji Glejser (Ghozali, 2011) yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas.

## **H. Uji Hipotesis dan Analisis Data**

### **a. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)**

Uji F yaitu pengujian dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu kompetensi tenaga penjualan ( $X_1$ ), dan orientasi pelanggan ( $X_2$ ), secara simultan terhadap variabel dependen yaitu salesperson performance(Y). Kriteria yang digunakan adalah:

1.  $H_0 : b_1 = b_2 = 0$ , artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen, yaitu *Salesperson pcompetencies* ( $X_1$ ), dan orientasi pelanggan ( $X_2$ ), secara simultan terhadap variabel dependen yaitu *salesperson performance* ( $Y$ ).
2.  $H_a : b_1 - b_2 > 0$ , artinya ada pengaruh positif yang signifikan dari variabel independen, yaitu yaitu *Salesperson pcompetencies* ( $X_1$ ), dan orientasi pelanggan ( $X_2$ ), secara simultan terhadap variabel dependen yaitu *salesperson performance*( $Y$ ).

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. Taraf signifikansi ( $\alpha = 0,05$ )
- b. Distribusi t dengan derajat kebebasan ( $n - k$ )
- c. Apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- d. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

## **I. Analisis Regresi Liner Berganda dan Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik)**

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel independen diasumsikan random/ stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

Dimana

a = konstanta

b<sub>1</sub> – b<sub>2</sub> = koefisiensi regresi

Y = variabel salesperson performance

X<sub>1</sub> = variabel kompetensi tenaga penjualan

X<sub>2</sub> = variabel orientasi pada pelanggan

e = error

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan adalah:

- 1  $H_0 : b_i = 0$ , artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2  $H_1 : b_i > 0$ , artinya suatu variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Sedangkan kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ )
- b. Distribusi t dengan derajat kebebasan ( $n - k$ )
- c. Apabila  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
- d. Apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

#### **J. Uji Koefisiensi Determinasi (Adjusted $R^2$ )**

Koefisiensi determinasi digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh variabel independennya. Nilai koefisiensi determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$ . Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel

independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.