

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

##### **1. Penelitian Pustaka (*Library Research*)**

Penelitian Pustaka adalah metode penelitian yang dilakukan dengan mempelajari literatur-literatur dan tulisan-tulisan yang mempunyai kaitan erat dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini.

##### **2. Penelitian Lapangan**

Penelitian ini menggunakan data primer melalui fasilitas kuesioner yang meliputi pertanyaan terstruktur. Dengan demikian, kuesioner dimaksudkan untuk memperoleh data kuantitatif berupa jawaban-jawaban responden yang kemudian dijadikan informasi sebagai bahan dasar pengambilan keputusan pemasaran.

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang teliti. Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh langsung dari para Responden yang merokok Classmild atau para responden yang mengetahui / pernah melihat bauran promosi di daerah gedung meneng Kec. Rajabasa. Data ini diperoleh melalui penyebaran angket, responden diminta mengisi kuesioner yang dibagikan tersebut, sedangkan data sekunder

diperlukan dalam penelitian ini sebagai pendukung penulisan. Sumber data ini diperoleh dari berbagai sumber informasi yang telah dipublikasikan baik jurnal ilmiah yang terkait dengan bidang yang dikaji, dan literatur yang berhubungan dengan tema penulisan sebagaimana tertera pada referensi serta data-data mengenai pengguna rokok Classmild. Data mengenai pengguna rokok mild ini diperoleh dari konsumen di daerah Gedungmeneng Kec. Rajabasa.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah kumpulan elemen-elemen unit sampel yang mempunyai karakteristik yang sama ( Nazir 2003:271). Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna rokok atau responden yang pernah melihat promosi yang dilakukan oleh rokok Classmild di daerah Gedungmeneng kec. Rajabasa. Tidak terdapat data yang pasti mengenai jumlah pengguna rokok Classmild ,sehingga jumlah populasi pemakai rokok Classmild tidak diketahui jumlahnya. Untuk itu, semua anggota populasi akan menjadi responden dalam penelitian ini, sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel. Sampel adalah sebagian dari populasi bisa dianggap mewakili populasi (Simamora,2002:36), teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Accidental sampling dilakukan dengan memberikan kuesioner untuk di isi kepada para pengguna rokok Classmild selama periode penelitian.

### 3.4 Definisi operasional dan skala pengukuran

Dalam melakukan penelitian, peneliti memberikan skala untuk mengukur variabel-variabel persepsi kualitas yang akan diteliti melalui anggapan responden dengan menggunakan skala likert, “skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial” (Sugiyono, 2003 :86).

Penentuan skala likert dan pilihan-pilihan jawaban diberi nilai dengan skor 1 sampai dengan 5.

Jika responden menjawab Sangat Baik nilainya 5

Jika responden menjawab Baik nilainya 4

Jika responden menjawab Cukup Baik nilainya 3

Jika responden menjawab Tidak Baik nilainya 2

Jika responden menjawab Sangat Tidak Baik nilainya 1

**Tabel 3.1. Definisi Operasional dan Skala Pengukuran**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
<b>Periklanan</b>	Bentuk persentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu	1. Bahasa iklan menarik 2. Gambar iklan menarik 3. Ada informasi	<b>Skala Likert</b> - Sangat Tidak baik - Tidak baik - Cukup baik - Baik - Sangat Baik
<b>Penjualan pribadi</b>	Promosi yang dilakukan oleh individu tenaga penjual, bukan lewat surat atau media lainnya	4. Wiraniaga 5. Personal Selling 6. Outlet penjualan	<b>Skala Likert</b> - Sangat Tidak baik - Tidak baik - Cukup baik - Baik - Sangat Baik

<b>Promosi Penjualan</b>	Promosi direncanakan untuk menambah dan mengkoordinasi kegiatan penjualan personal dan periklanan	7. Hadiah 8. Diskon 9. Bonus	<b>Skala Likert</b> - Sangat Tidak baik - Tidak baik - Cukup baik - Baik - Sangat Baik
<b>Publisitas</b>	usaha untuk memacu permintaan secara non pribadi atau usaha yang tidak dibiayai oleh orang atau organisasi yang memetik manfaat dari publikasi	10. Berita di media massa 11. Berita di televisi 12. Aksi sosial	<b>Skala Likert</b> - Sangat Tidak baik - Tidak baik - Cukup baik - Baik - Sangat Baik
<b>Hubungan Masyarakat</b>	usaha terencana oleh perusahaan untuk mempengaruhi sikap atau pendapat golongan masyarakat tertentu terhadap produk maupun perusahaan yang bersangkutan.	13. Sponsorship 14. Donasi 15. Bakti Sosial	<b>Skala Likert</b> - Sangat Tidak baik - Tidak baik - Cukup baik - Baik - Sangat Baik

### 3.5 Teknik Penentuan Sampel

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan pendekatan non-probability sampling melalui metode *Judgment Sampling* yaitu sampel yang menghandalkan pada penilaian perorangan dalam proses pemilihan unsur-unsur dan bahwa setiap unsur populasi akan dimasukkan ke dalam sampel. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang memiliki ciri pernah mengomsumsi rokok Classmild atau responden yang pernah melihat bauran promosi rokok Classmild dengan jumlah sampel yang diambil. Menurut Malhotra yaitu 5-10 jumlah variabel penelitian. Variabel dalam penelitian ini sebanyak 5 buah dikali 15 yaitu minimum 75 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

### 3.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah membandingkan r hitung dengan r tabel dimana r hitung > r tabel maka hasilnya valid. Uji validitas dimaksudkan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen mengukur konsep yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat dan benar. Dengan mempergunakan instrumen penelitian yang memiliki validitas yang tinggi, hasil penelitian mampu menjelaskan masalah penelitian sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

#### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen adalah kejituan atau ketepatan instrumen pengukur. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan ketepatan pengukuran, apabila pengukuran dilakukan pada objek yang sama berulang kali dengan instrumen yang sama.

### 3.7 Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif dilakukan untuk menganalisa permasalahan yang ada secara kualitatif berdasarkan konsep manajemen pemasaran, khususnya mengenai teori-teori tentang kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan jasa, melalui penilaian menggunakan skor dengan rumus rentang skor adalah skor tertinggi dikurangi skor terendah dibagi jumlah kelas (Umar, 2003).

Rumus Rentang skor :

$$RS = \frac{(m - n)}{b}$$

Keterangan :

RS = Rentang Skor

n = Jumlah Sampel

b = Jumlah Kelas

**Tabel 3.2. Rentang Skor Penilaian**

Rentang	Kriteria
100-179	Sangat tidak baik
180-259	Tidak Baik
260-339	Cukup Baik
340-419	Baik
420-500	Sangat Baik