

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah survei atau penelitian lapangan, yaitu metode penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada karyawan PT. Telkom Indonesia Kota Banjarbaru, Sungai Ulin, khususnya kepada bagian *salesforce*, teknisi, dan *customer service*.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah korelatif kuantitatif, yaitu data yang dikumpulkan berupa angka-angka yang dihasilkan dari kuesioner yang diberikan kepada sampel yang telah dipilih.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Kantor Telkom cabang Banjarbaru, Jalan Pangeran HM Noor Kecamatan Banjarbaru Utara Kabupaten Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Menurut S. Nasution (1996), subjek penelitian adalah sumber data. Berdasarkan pengertian tersebut, subjek penelitian ini adalah karyawan PT. Telkom Indonesia kota Banjarbaru.

2. Objek Penelitian

Menurut Partanto (1994), objek penelitian adalah sasaran atau tujuan utama dari penelitian. Berdasarkan pengertian ini, objek penelitian ini adalah tingkat pengetahuan karyawan tentang pengaruh *Salesmanship* dan Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Karyawan.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi merujuk pada keseluruhan subjek yang menjadi fokus penelitian dan sumber generalisasi hasil penelitian (Albertus Heriyanto, 2006:180). Dalam penelitian ini, total populasi adalah 150 karyawan yang terdiri dari salesforce (SF), teknisi, dan staf.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk diselidiki karakteristiknya (Rianus, 2012:43). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Non-Probability Sampling, dengan teknik quota sampling, yaitu teknik yang mengambil jumlah sampel sesuai dengan kuota yang telah ditetapkan oleh peneliti. Untuk jumlah sampel dalam penelitian ini, digunakan rumus Slovin dengan tingkat presisi 10%, berikut rumus penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

Keterangan:

n :Jumlah Sampel

N: Jumlah Populasi

e: Kelonggaran ketidakteelitian karena kesalan pengambilan sampel yang dapat di tolerir, dan kemudian dikuadratkan (Kriyantono, 2008) Jumlah populasi sebanyak 150, tingkat kesalahan 10% . Maka sampel dalam penelitian ini berjumlah:

$$n = \frac{150}{1 + (150 * 0.1 * 0.1)}$$

$$n = 60 \text{ orang}$$

Jadi, sampel pada penelitian ini sebanyak 60 karyawan di PT. Telkom Indonesia kota Banjarbaru.

E. Data dan Sumber Data

1. Data

Menurut Soemantri (2006), data adalah sejumlah informasi yang bisa memberikan gambaran tentang suatu keadaan atau masalah, baik dalam bentuk angka maupun kategori. Sementara itu, menurut Sugiyono (2014), data adalah bahan mentah yang perlu diolah untuk menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif, yang mencerminkan fakta. Data terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini hanya akan menggunakan data primer sebagai data penelitian. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil tanggapan atau jawaban langsung dari responden yang didapatkan melalui pembagian *kuesioner*. *Kuesioner* yang dibagikan mencakup pernyataan tentang *salesmanship*, iklim komunikasi organisasi dan kinerja karyawan.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merujuk pada subjek darimana data diperoleh (Suharsimi, 2011:129). Dalam penelitian ini, peneliti

menggunakan sumber data primer. Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertama (Sumadi, 1987:93). Sumber data dalam penelitian ini meliputi karyawan PT. Telkom Indonesia Kota Banjarbaru yang mengisi *kuesioner* sebanyak 60 responden yang dibagikan meliputi bagian *sales force* sebanyak 20 orang, teknisi 39 orang dan *costumer service* sebanyak 1 orang.

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang akan diolah dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran *kuesioner* dan dokumentasi.

G. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data adalah proses mengatasi masalah penelitian dengan membagi data awal menjadi kelompok-kelompok, melakukan kategorisasi, melakukan manipulasi, dan mengolah data sehingga memiliki makna yang relevan untuk menjawab masalah penelitian serta bermanfaat dalam pengujian hipotesis atau pertanyaan penelitian.

Menurut J. Supranto (2003:151), pengolahan data dengan analisis kuantitatif melibatkan serangkaian kegiatan yang mencakup:

1. *Editing* terhadap *Kuesioner*

Editing terhadap *kuesioner* yang sudah diisi mencakup proses untuk menemukan kesalahan-kesalahan di dalamnya, seperti

ketidaksesuaian dalam pengisian kuesioner. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pemeriksaan tersebut termasuk sebagai berikut:

- a. Konsistensi jawaban dengan pertanyaan atau pernyataan yang diajukan
- b. Keterpenuhan pengisian daftar pertanyaan atau pernyataan
- c. Konsistensi jawaban dari responden

2. *Coding*

Coding adalah proses memberikan kode numerik kepada kolom-kolom khusus yang berkaitan dengan informasi tertentu atau proses memberikan kode khusus terhadap berbagai macam jawaban dari kuesioner untuk mengelompokkannya dalam kategori yang serupa. Tujuannya adalah untuk mengatur jawaban secara lebih sederhana.

3. *Scoring*

Scoring adalah proses memberikan nilai berupa angka pada jawaban pertanyaan untuk menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini, urutan pemberian skor didasarkan pada tingkat respons yang diterima dari responden (J. Supranto, 2003: 402), yaitu:

- a. Jawaban yang sangat setuju diberi skor 5
- b. Jawaban yang setuju diberi skor 4
- c. Jawaban yang ragu-ragu diberi skor 3
- d. Jawaban yang tidak setuju diberi skor 2
- e. Jawaban yang sangat tidak setuju diberi skor 1

4. *Tabulating*

Tabulating adalah proses mengelompokkan data berdasarkan jawaban-jawaban secara teratur dan teliti, kemudian menghitung dan menjumlahkannya, serta menyajikannya dalam bentuk tabel. Tabel ini digunakan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara variabel-variabel yang ada.

Dalam penelitian ini, pengolahan data akan dilakukan menggunakan software IBM SPSS dan Microsoft Excel 2019.

H. Skala Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, variabel diukur menggunakan Skala Likert, yang digunakan untuk mengevaluasi sikap dan pendapat responden. Dengan menggunakan Skala Likert, responden diminta untuk menilai tingkat persetujuan mereka terhadap serangkaian pernyataan yang disediakan oleh peneliti. Skala Likert terdiri dari lima tingkat persetujuan: Sangat Setuju (SS) dengan nilai 5, Setuju (S) dengan nilai 4, Ragu-Ragu (RG) dengan nilai 3, Tidak Setuju (TS) dengan nilai 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1.

Nilai maksimal dan nilai minimal dalam Skala Likert bisa dirumuskan menjadi:

- a. Skor maksimum : Jumlah responden dikalikan dengan 5
- b. Skor minimum : Jumlah responden dikalikan dengan 1
- c. Indeks (%) : $(\text{total skor} / \text{Skor Maksimal})$ dikalikan dengan 100%

Interval penilaian skala Likert ini seperti tabel berikut :

Indeks (%)	Keterangan
0-20%	Persetujuan sangat rendah (Sangat Tidak Setuju)

21-40%	Persetujuan rendah (Tidak Setuju)
41-60%	Persetujuan ragu-ragu (Ragu-Ragu)
61-80%	Persetujuan tinggi (Setuju)
81-100%	Persetujuan sangat tinggi (Sangat Setuju)

I. Instrumen Penelitian

Menurut Muhammad (2013, hlm. 114), instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengolah data serta menginterpretasikan informasi dari responden dengan jelas. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah angket atau kuesioner berisi beberapa pernyataan tertulis mengenai Salesmanship (X1), Iklim Komunikasi Organisasi (X2), dan Kinerja Karyawan (Y) di PT. Telkom Indonesia Cabang Banjarbaru. Angket atau kuesioner tersebut akan digunakan untuk mengumpulkan informasi dari sampel atau responden, yang terdiri dari teknisi, sales force (SF), dan customer service (CS). Kuesioner yang digunakan berbentuk tertutup sehingga memudahkan responden dalam menjawab dengan pilihan jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Beberapa indikator yang

akan digunakan dalam menyusun angket atau kuesioner dalam penelitian ini mencakup:

Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	<i>Salesmanship</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Pemahaman Produk ❖ Menjalin Komunikasi ❖ Analisa Pasar ❖ <i>Profesionalitas</i> 	Skala Likert
2.	Iklm Komunikasi Organisasi	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Kepercayaan ❖ Pengambilan Keputusan Bersama ❖ Kemampuan Mendengar ke Atas ❖ Keterbukaan Komunikasi ❖ Perhatian pada Tujuan Kinerja Tinggi 	Skala Likert
3.	Kinerja Karyawan	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Kualitas Pekerjaan 	Skala Likert

		❖ Inisiatif ❖ Tanggung Jawab Pekerjaan	
--	--	---	--

J. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas dan Uji Realibitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai apakah setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat mencerminkan konsep atau variabel yang ingin diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor dari setiap item pertanyaan dengan skor total dari konstruk atau variabel yang valid (Ghozali, 2011:47). Setiap item pertanyaan akan dinilai validitasnya, di mana hasilnya dievaluasi berdasarkan perbandingan antara nilai r-hitung dengan nilai r-tabel. Nilai r-tabel dapat diperoleh berdasarkan derajat kebebasan $(df) = n-2$ (signifikansi 5%, dengan n adalah jumlah sampel). Jika nilai r-hitung lebih besar daripada nilai r-tabel, maka item pertanyaan tersebut dianggap valid, sebaliknya, jika nilai r-hitung lebih kecil daripada nilai r-tabel, item pertanyaan tersebut dianggap tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen dapat diandalkan untuk mengumpulkan data tanpa memiliki kecenderungan

yang mempengaruhi responden untuk memilih jawaban tertentu. Instrumen yang reliabel dianggap cukup dapat dipercaya dalam penggunaannya. Beberapa rumus yang umum digunakan untuk menguji reliabilitas termasuk alpha Cronbach, Spearman Brown, Kristoff, Angoff, dan Rullon. Uji reliabilitas biasanya dilakukan secara menyeluruh terhadap semua item pertanyaan dalam instrumen tersebut.

Untuk menilai reliabilitas, digunakan metode Cronbach's Alpha yang menghasilkan koefisien korelasi antara setiap item pertanyaan dengan total skor pertanyaan. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 (6%), instrumen dianggap reliabel; sebaliknya, jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60 (6%), instrumen dianggap tidak reliabel. Rumus *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{\kappa * r}{1 + (\kappa - 1) * r}$$

Keterangan :

α = Koefisien korelasi antara item (butir pertanyaan atau pernyataan) dengan total skor

κ = Jumlah butir pertanyaan

r = Rata-rata korelasi antar item (butir pertanyaan atau pernyataan)

Menurut Sarwono (2009:300), jika nilai r-hitung lebih besar (>) nilai r-tabel pada taraf signifikansi 5%, maka item (butir pertanyaan atau pernyataan) tersebut dianggap reliabel. Sebaliknya, jika nilai r-hitung kurang dari (<) r-tabel pada taraf signifikansi 5%, maka item tersebut dianggap tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Sujarweni (2014:52), model regresi linier berganda dianggap baik apabila memenuhi asumsi normalitas data dan terbebas dari asumsi klasik. Asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi pengujian normalitas data, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas

a. Uji Normalitas

Menurut Sujarweni (2014:52), uji normalitas dilakukan untuk mengevaluasi distribusi data pada variabel yang digunakan dalam penelitian. Data yang dianggap baik dan layak untuk digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov*, yang membandingkan distribusi data yang akan diuji dengan distribusi normal standar.

Keputusan mengenai normal atau tidaknya data yang akan diolah diambil berdasarkan:

- 1) Jika hasil signifikansi (*p-value*) dari uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar atau sama dengan 0,05 maka data dianggap terdistribusi secara normal.
- 2) Jika hasil signifikansi (*p-value*) dari uji *Kolmogorov-Smirnov* kurang dari atau sama dengan 0,05, maka data dianggap tidak terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi yang signifikan antara variabel independen dalam

model regresi. Sebuah model regresi dianggap baik jika tidak terdapat korelasi yang kuat antara variabel bebas. Penilaian multikolinearitas dapat dilakukan berdasarkan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF)::

- 1) Tolerance: Multikolinearitas tidak terjadi jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10. Multikolinearitas terjadi jika nilai tolerance kurang dari atau sama dengan 0,10.
- 2) VIF (*Variance Inflation Factor*): Tidak terjadi multikolinearitas jika nilai VIF kurang dari 10,00. Multikolinearitas terjadi jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00..

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glajser untuk menilai apakah terjadi ketidakmerataan varian dari residual antar pengamatan dalam model regresi. Keputusan dalam uji heteroskedastisitas didasarkan pada:

- 1) Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai t-hitung lebih kecil dari nilai t-tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.
- 2) Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk mengevaluasi hubungan sebab-akibat antara variabel yang diamati. Sebelum melakukan uji hipotesis, langkah awal adalah melakukan uji normalitas data dan uji asumsi klasik untuk menilai apakah

data layak digunakan dalam analisis regresi. Jika data memenuhi syarat dari uji normalitas dan asumsi klasik, maka dapat melanjutkan ke tahap analisis regresi linier berganda.

a. Uji t

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai probabilitas signifikansi (*p-value*) $> 0,5$ maka H_0 (hipotesis nol) diterima dan H_1 (hipotesis alternatif) ditolak. Artinya, variabel independen (*Salesmanship* dan Iklim Komunikasi Organisasi) secara individu tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Kinerja Karyawan).
- 2) Jika nilai probabilitas signifikansi (*p-value*) $< 0,5$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel independen (*Salesmanship* dan Iklim Komunikasi Organisasi) secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Kinerja Karyawan).

b. Uji F

Dasar penarikan keputusan dalam uji F adalah sebagai berikut (Priyanto, 2011):

- 1) Jika F hitung lebih besar dari nilai F tabel pada taraf signifikansi 5%, maka H_0 (hipotesis nol) ditolak dan H_1 (hipotesis alternatif) diterima. Ini mengindikasikan bahwa variabel bebas secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Jika F hitung lebih kecil dari nilai F tabel pada taraf signifikansi 5%, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Ini menunjukkan bahwa variabel

bebas secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

c. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur tingkat kecocokan model regresi, menunjukkan seberapa baik variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 (nol) hingga 1 (satu). Jika $R^2 = 0$, variabel independen tidak memberikan kontribusi terhadap variabel dependen. Semakin mendekati nilai 1, variabel independen semakin kuat mempengaruhi variabel dependen. Selain itu, koefisien determinasi juga mengindikasikan persentase perubahan variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (X).

K. Hipotesis

Adapun hipotesis penelitian kali ini sebagai berikut :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara *Salesmanship* dengan Kinerja Karyawan di PT. Telkom Indonesia Kota Banjarbaru.

H_1 : Terdapat pengaruh secara parsial antara *Salesmanship* dengan Kinerja Karyawan di PT. Telkom Indonesia Kota Banjarbaru.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Iklim Komunikasi Organisasi dengan Kinerja Karyawan di PT. Telkom Indonesia Kota Banjarbaru.

H₁ : Terdapat pengaruh secara parsial antara Iklim Komunikasi Organisasi dengan Kinerja Karyawan di PT. Telkom Indonesia Kota Banjarbaru.

H₀ : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara *Salesmanship* dan Iklim Komunikasi Organisasi dengan Kinerja Karyawan di PT. Telkom Indonesia Kota Banjarbaru.

H₁ : Terdapat pengaruh secara simultan antara *Salesmanship* dan Iklim Komunikasi Organisasi dengan Kinerja Karyawan di PT. Telkom Indonesia Kota Banjarbaru.