BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini penulis membahas tentang Pelaksanaan Promosi penjualan kartu kredit BNI Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung. variabel yang diteliti adalah yang berkaitan dengan Tujuan Pelaksanaan Promosi penjualan kartu kredit BNI Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung, Bagaimana promosi yang di lakukan, Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut, yang berjudul "**Analisa Pelaksanaan Promosi Penjualan Kartu Kredit BNI-Lotte Mart Pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung.**

Dalam penelitian ini terdiri dalam satu variabel yang akan diteliti. Adapun variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah: Promosi Penjualan

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah metode penelitian analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2003:24), penelitian analisis deskriptif adalah suatu metode pengambilan data yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya, khususnya mengenai aspek-aspek yang diteliti, dimana

data yang diperoleh dikumpulkan, disusun, dan diuraikan kemudian dianalisis untuk mengambil keputusan.

Rancangan penelitian dengan cara analisis deskriptif ini dimaksudkan untuk menjelaskan dengan gambaran khusus bagaimana pelaksanaan promosi penjualan yang dilakukan oleh PT Pesona Putra Perkasa Bandung.

3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Sesuai dengan judul yang penulis ajukan yaitu Analisis Pelaksanaan Promosi Penjualan kartu kredit BNI Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung, adapun operasional variabel penelitiannya adalah alat-alat dari promosi penjualan yang digunakan oleh perusahaan, yaitu; tawaran pengembalian uang, potongan harga, hadiah pelanggan dan pameran dagang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1

Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Promosi Penjualan (*sales promotion*)	"Promosi penjualan adalah insentif-insentif jangka pendek untuk	1) Tawaran Pengembalin Uang	• Tingkat kesesuaian tawaran pengembalian uang • Tingkat	Ordinal

	mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa".(Philip kotler dan Gary Armstrong) (2004:660),		pengaruh tawaran pengembalian uang • Tingkat kemampuan marketing membuat nasabah tertarik tawaran pengembalian uang	
		2) Hadiah pelanggan	• Tingkat pengaruh pemberian hadiah pelanggan • Tingkat keragaman hadiah pelanggan • Tingkat kesesuaian hadiah pelanggan yang sudah disediakan	

		3) Potongan Harga 4) Pameran dagang	• Tingkat kesesuaian potongan harga • Tingkat pengaruh pemberian potongan harga • Tingkat penggunaan potongan harga • Tingkat kemenarikan pameran dagang • Tingkat kemampuan marketing membuat yakin pada saat pameran dagang • Tingkat pengaruh pameran dagang	

3.2.3 Sumber Dan Tehnik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Data merupakan fakta baik berupa angka maupun dokumentasi yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi. Jenis data yang di gunakan dalam penelitian adalah Primer dan Sekunder.

Data primer di peroleh dari hasil penelitian melalui penyebaran kuisioner terhadap responden, majalah, internet, serta sumber informasi lainnya.

Data sekunder adalah data yang di peroleh dengan wawancara dan pembagian kuisioner langsung dengan perusahaan dengan membuat beberapa pertanyaan yang di ajukan kepada pihak yang berkaitan dengan masalah peneliti (*marketing*).

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

3.2.3.2.1 Populasi

Pada penelitian di PT pesona putra perkasa Bandung maka peneliti memerlukan populasi dari jumlah pelaksanaan promosi penjualan kartu kredit BNI-Lotte Mart untuk diteliti sebagai salah satu sumber yang diharapkan dapat membantu peneliti untuk diberikan sejumlah pertanyaan tentang indikator dari variabel yang diteliti. Populasi sebagai subjek atau objek yang telah ditentukan tersebut dipelajari untuk kemudian diambil sampel yang mewakilinya.

Adapun pengertian populasi menurut Sugiono (2005:57) adalah:

"Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah rata-rata konsumen perbulan yang melakukan pengajuan kartu kredit BNI Lotte Mart pada PT Pesona Putra Perkasa Bandung adalah 1931 nasabah.

3.3.3 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik oleh populasi tersebut, Sugiono (2001:57). Teknik sampel yang digunakan adalah *random sampling* anggota populasi yang dibutuhkan secara acak tanpa menggunakan starta yang ada dalam anggota populasi dengan kata lain populasi dianggap homogen, dengan jumlah kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%. Untuk mengambil jumlah sampel, penulis menggunakan rumus Slovin yang dikutip oleh Husein Umar (2001:78), yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N: Ukuran populasi

e : Tingkat kesalahan dalam meraih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini sebesar 10%).

Dengan menggunakan rumus tersebut, dari populasi sebesar 1931 dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{1931}{1931\ (0.10)^2 + 1}$$

$$n = \frac{1931}{1931\ (0.01) + 1}$$

$$n = \frac{1931}{20}$$

$$n = 96.6$$

$$n = 97$$

Dengan Demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 responden Jadi dapat diketahui dari perhitungan untuk ukuran sampel dan tingkat kesalahan sebesar 10% adalah sebanyak 97 responden. Untuk menghindari kesalahan dalam penyebaran kuesioner, maka sampel dibulatkan menjadi 100 orang responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

1. studi lapangan *(field research)*

Adalah suatu rangkaian penelitian di lapangan atau diperusahaan dengan cara:

a) Observasi

   Merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung dengan obyek yang di teliti pada perusahaan.

b) Kuesioner

   Adalah teknik pengumpulan data melalui formulir yang di dalamnya terdapat pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekelompok orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang di perlukan oleh peneliti.

c) Wawancara

   Merupakan teknik komunikasi langsung kepada yang bersangkutan dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan untuk mendapatkan penjelasan tentang masalah yang akan di bahas.

2. Study kepustakaan *(library research)*

   Penelitian ini dilakukan dengan membaca literatur-literatur sebagai dasar teori yang akan dijadikan sebagai landasan teoritis dalam penulisan tgas akhir ini, dan mengumpulkan data dari beberapa buku, karangan ilmiah, surat kabar dan lainnya yang ada hubungannya dengan pembahasan masalah yang di teliti.

3.3.5 Metode Analisis Data

Maka dalam penelitian ini Dalam menganalisis dan menginterprestasikan data, digunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan metode yang bertujuan untuk menggambarkan datanya telah terkumpul sebab-sebab dari suatu gejala tertentu, dimana unsur-unsur yang terdapat pada judul. Penelitian analisis deskriptif pada dasarnya lebih menitik beratkan pada gambaran yang tepat dan apa adanya tentang objek penelitian.

untuk mendapatkan data peneliti melakukan kuesioner sebagai suatu alat untutk mengolah data pada Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

Untuk pengkategorian tanggapan responden, dilakukan dengan membuat pengkategorian dengan menentukan nilai indeks minimum, maksimum, dan intervalnya serta jarak intervalnya, sebagai berikut:

1. Nilai Indeks Minimum adalah skor terendah dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden
2. Nilai Indeks Maksimum adalah skor tertinggi dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden
3. Interval adalah selisih antara nilai indeks minimum dengan nilai indeks maksimum
4. Jarak interval adalah interval ini dibagi dengan jumlah jenjang yang diinginkan

Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut:

- Skor minimum dalam persentase = $\frac{\text{skor minimum}}{\text{skor maksimum}} \times 100\%$

  $= \frac{1}{5} \times 100\%$

  $= 20\%$

- Skor maksimum dalam persentase = $\frac{\text{skor maksimum}}{\text{skor maksimum}} \times 100\%$

  $= \frac{5}{5} \times 100\%$

  $= 100\%$

- Interval dalam persentase = skor maksimum – skor minimum

  $= 100\% - 20\%$

  $= 80\%$

- Jarak interval dalam persentase = $\frac{\text{interval}}{\text{jenjang}}$

  $= \frac{80}{5}$

  $= 16\%$

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing ukuran penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2

Kategori skor

Interval tingkat intensitas	Kriteria
20% - < 36%	Sangat tidak baik
36% - <52%	Tidak baik
52% - < 68%	Cukup baik
68% - < 84%	Baik
84% - 100%	Sangat baik