

BAB III

METODOLOGI DAN OBJEK PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Pada penelitian ini metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode deskriptif, di mana metode ini hanyalah memaparkan suatu situasi atau peristiwa. Penelitian deskriptif timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian penulis, penelitian dengan metode deskriptif tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Metode deskriptif sebagai penelitian survey atau menurut Wood penelitian observasional (Rakhmat, 2007:25).

Begitu pula metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini, untuk meneliti kegiatan promosi *showroom* mobil *Vans Motor* pada calon konsumen bursa pameran mobil *Vans Motor* pada bursa di Otobursa Mobil Bekas di TVRI Bandung, penulis melakukan observasi dengan mengamati dan berbincang dengan responden mengenai kegiatan promosi *showroom* mobil *Vans Motor* pada calon konsumen bursa pameran mobil *Vans Motor* pada bursa di Otobursa Mobil Bekas TVRI Bandung. Penulis berusaha memahami bagaimana kegiatan promosi *showroom* mobil *Vans Motor* pada calon konsumen bursa pameran mobil *Vans Motor* pada bursa di Otobursa Mobil Bekas di TVRI Bandung. Selain itu observasi dalam penelitian ini tidak hanya dengan mengumpulkan data-data dari sumber media yang membahas peristiwa tersebut saja, tetapi juga mencari teori komunikasi, *promosi mix* dan lain sebagainya yang sesuai dengan kegiatan

promosi *showroom* mobil *Vans Motor* pada calon konsumen bursa pameran mobil *Vans Motor* pada bursa di Otobursa Mobil Bekas di TVRI Bandung.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini meliputi data primer, yaitu data yang diperoleh langsung melalui penelitian lapangan dan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari observasi, studi kepustakaan maupun dokumentasi. Ada pun tehnik pengumpulan data untuk dianalisis dengan beberapa cara, seperti :

1. Angket :

Angket, adalah suatu daftar pertanyaan tertulis yang disusun dan disebarakan kepada responden untuk mendapatkan informasi dan keterangan yang diperlukan. Hasil angket digunakan sebagai sumber pembuatan analisa data dan uraian serta kesimpulan akhir dari penelitian. Jenis angket yang digunakan yaitu angket berstruktur, artinya penulis menyediakan jawaban-jawaban tertentu dalam setiap pertanyaan yang diajukan, sehingga responden hanya tinggal memilih saja. Angket tersebut disebarakan kepada kalangan konsumen yang datang ke bursa pameran mobil *Vans Motor* pada bursa di Otobursa Mobil Bekas TVRI Bandung dari bulan Februari sampai Juni 2015.

2. Obsevasi

Penulis melakukan pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan penginderaan. Observasi ini secara signifikan dilakukan penulis, dengan menjadikan

penulis sebagai pengamat terlibat/berperan serta, ini merupakan suatu keharusan yang dituntut agar data-data hasil penelitian memiliki derajat kepercayaan yang tinggi, memiliki keterandalan dan dapat dipertanggung jawabkan keilmiahannya. Observasi ini dilakukan penulis untuk mencari responden. Penulis melakukan observasi berupa mengikuti kegiatan promosi serta menyebarkan angket atau kuisioner kepada calon konsumen bursa pameran mobil *Vans Motor* pada bursa di Otobursa Mobil Bekas di TVRI Bandung.

3. Kepustakaan

Kepustakaan yaitu teknik pengumpulan data dan informasi dari buku-buku perkuliahan, dokumen, *file*, dan berbagai sumber tertulis lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Mencari tambahan data teoritis tertulis guna mendapatkan tambahan referensi dari para ahli dan berbagai teori yang terkait. Tehnik ini digunakan untuk mencari data sekunder. Bahan yang diperlukan dalam studi pustaka adalah bahan yang mendukung untuk penulisan tinjauan pustaka.

4. Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden, dan mendapatkan tambahan data berupa data sekunder yang dianggap memiliki keterkaitan dengan pokok masalah dalam penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti” Sugiyono (2009:177). Adapun Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah calon konsumen yang datang ke bursa pameran mobil *Vans Motor* pada bursa di Otobursa Mobil Bekas di TVRI Bandung dari bulan Februari sampai Mei 2015 dengan jumlah 80 orang.

Jumlah populasi tersebut di dapat dari calon konsumen yang setiap minggunya rata-rata angket di isi oleh 5 orang calon konsumen mobil *Vans Motor* pada bursa di Otobursa Mobil Bekas di TVRI Bandung. Penyebaran angket/kuisisioner selama 4 bulan, sehingga total angket yang telah diisi oleh calon konsumen dari 4 bulan yang terhitung bulan Februari-Mei sebanyak 80 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah banyaknya jumlah populasi yang dipilih sebagai sampel atau objek yang diteliti. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Sampling*, yaitu pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak, dilakukan sampling ini apabila anggota populasinya tidak sejenis (*heterogen*) (Rakhmat, 2007:58). Sampel didapat dengan menggunakan Rumus Slovin untuk penarikan jumlah minimal sampel (Sugiyono, 2009:50). Umumnya sampling error maksimal adalah pada presisi 5% dengan tingkat kepercayaan 90% maka berdasarkan rumus sederhana dengan tingkat kepercayaan 90%:

$$\frac{n}{Ne^2 + 1} = \frac{N}{(0,05)^2 + 1} = \frac{80}{1,01} = 66,6 = 67$$

Di mana:

n = Jumlah sampel minimal N = Jumlah populasi

e = taraf kekeliruan yang dapat ditolerir (standar kekeliruan 5%)

Jadi sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 67 responden dengan presisi 5% pada tingkat kepercayaan sebanyak 95%. Pada penelitian ini, proses yang dikerjakan oleh peneliti yaitu dengan melakukan random terhadap sejumlah responden.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Sesuai dengan rumusan masalah di atas dan identifikasi masalah yang telah dibuat, penulis akan menguraikan variable yang akan diteliti dalam oprasional variable sebagai berikut :

Subvariabel 1 : *Approach* dari *sales*

Indikator : - Cara menemui calon konsumen
- Penampilan *sales*

Subvariabel 2 : *Presentation and demonstration* dari *sales*

Indikator : - *Sales* menceritakan produk yang ditawarkan
- *Sales* menjelaskan kondisi produk

Subvariabel 3 : *Handling objections*

Indikator : - *Sales* mampu membuat calon konsumen senang untuk mengemukakan kebutuhannya dan permasalahannya

Subvariabel 4 : *Closing*

Indikator : - Mampu meyakinkan konsumen sehingga calon konsumen tertarik untuk membeli produk

3.5 Subjek/Objek Wilayah Penelitian dan Sumber Data

Objek yang menjadi sasaran penelitian mengenai kegiatan promosi *showroom* mobil *Vans Motor* pada calon konsumen bursa pameran mobil *Vans Motor* pada bursa di Otobursa Mobil Bekas TVRI Bandung, khususnya kegiatan promosi dalam memasarkan produk mobil bekas yang lebih difokuskan kepada *approach, presentation and demonstration, handling objections, closing* dari *sales showroom* mobil *Vans Motor* menurut calon konsumen bursa pameran Otobursa Mobil Bekas di TVRI Bandung. Subjek dalam penelitian ini yaitu calon konsumen yang datang ke bursa pameran mobil *Vans Motor* pada bursa di Otobursa Mobil Bekas di TVRI Bandung.