

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

3.1.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang di tulis, jenis penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif untuk mengetahui bagaimana dan apa saja aktivitas *Marketing Public Relations* yang dilakukan oleh bengkel Vespuci.

Deskriptif bertujuan mengumpulkan informasi tentang peristiwa yang sedang berlangsung. Penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Metode deskriptif dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan nyata yang sekarang berlangsung. Tujuan dalam menggunakan metode ini adalah untuk menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan, dan memeriksa sebab dari suatu gejala tertentu. Metode deskriptif juga membantu kita mengetahui bagaimana caranya mencapai tujuan yang diinginkan (dalam Elvinaro, 2010:49)

Penelitian deskriptif ditujukan untuk: (1) mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, (2) mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, (3) membuat perbandingan atau evaluasi, (4) menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang. (Rakhmat, 2014 : 25)

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bengkel Vespucci dalam membangun merek. Oleh karena itu digunakan metode deskriptif dengan data wawancara, sehingga dalam penelitian ini dapat dipaparkan bagaimana aktivitas MPR apa saja yang dilakukan oleh bengkel Vespucci.

3.1.2 Populasi dan Sampel

3.1.2.1 Populasi

Menurut Iyan Poltak Sinambela (2014:94) dalam buku Metode Penelitian Kuantitatif menjelaskan bahwa populasi adalah :

“Populasi adalah obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu”.

Populasi merupakan kumpulan objek penelitian berupa orang, organisasi, kelompok, lembaga, buku, kata-kata, surat kabar, peristiwa, dan lain-lain sebagai sumber data yang memiliki sifat-sifat dan karakteristik di dalam suatu penelitian (Rakhmat, 2014: 115). Dalam penelitian ini populasi yang dipilih adalah konsumen bengkel Vespucci selama periode September-November 2019 sebanyak 410 orang.

3.1.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) menyebutkan bahwa pengertian sampel yaitu: "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut." Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar

representatif (dapat mewakili). Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan Yamane dalam Rakhmat (2014:82), rumus ini merupakan rumus sederhana, untuk mendapatkan jumlah sampel dari populasinya digunakan rumus Yamane sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Populasi

d² = Taraf nyata atau batas kesalahan digunakan 10%

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kesalahan 10% dan akurasi 90% dengan jumlah populasi sebanyak 410 responden. Sehingga dilakukan perhitungan sample sebagai berikut:

$$n = \frac{410}{(410)(0,1)^2 + 1} = \frac{410}{5,1} = 80,39$$

Berdasarkan perhitungan tersebut dan dilakukan pembulatan dari hasil 80.39 menjadi 80 orang, maka dapat diketahui bahwa jumlah sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 80 orang konsumen bengkel vespucci selama periode September-November 2019.

Teknik pamarikan sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Penjelasan atas dua teknik tersebut menurut Sugiyono (2017:82) adalah sebagai berikut :

1. *Probability Sampling*

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *area (cluster) sampling*.

2. *Non-Probability Sampling*

Non-Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *sampling sistematis*, *sampel kuota*, *acincidental sampling*, *purposive sampling*, *sampel jenuh*, *snowball sampling*.

Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2017:82) “*Simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.”

3.1.3 Teknik Pengumpulan Data

Agar mendapat data penelitian yang valid maka teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Kuisisioner/Angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016: 127). Kuesioner digunakan untuk mengetahui pendapat responden. Dalam hal ini responden hanya menjawab pertanyaan/ Pernyataan dengan cara memberi tanda tertentu pada alternatif jawaban yang disediakan. Kuisisioner atau angket ini akan digunakan oleh penulis untuk mendapatkan informasi dari 80 responden sebagai sample yang berkunjung langsung ke bengkel Vespucci selama bulan September-November 2019. Dalam kuesioner setiap variabel akan diukur dengan menggunakan skala *likert*, yang mana nilai jawaban dari responden pada masing-masing item dihitung menggunakan skor. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2016: 133). Dengan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan-pernyataan. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala *likert* yang mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yaitu antara lain (Sugiyono, 2010: 134):

Tabel 3.1
Skala Likert

Pertanyaan/Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

2. Wawancara

Wawancara adalah “percakapan dengan maksud tertentu antara dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2011:186). Sementara dalam penelitian ini, wawancara yang digunakan yaitu wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah “teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam” (Soemirat dan Ardianto, 2012:178). Penulis melakukan wawancara kepada *owner*, mekanik dan admin media sosial bengkel Vespuci untuk mendapatkan informasi lebih spesifik dan mendalam mengenai jawaban dari penelitian.

3. Observasi

Observasi adalah kegiatan yang setiap saat dilakukan, dengan kelengkapan panca indra yang dimiliki. Observasi difokuskan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena penelitian (Soemirat dan Ardianto, 2010:179-180). Observasi yang dilakukan penulis dalam

penelitian ini adalah mengamati langsung bagaimana suasana keseharian di bengkel Vespucci dan mengamati bagaimana komunikasi yang terjadi antara pihak Vespucci seperti montir dan konsumen tentunya.

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2016:240). Dokumentasi dalam penelitian ini adalah sebagai bukti tambahan untuk memperkuat hasil penelitian yang dilakukan.

5. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan langkah yang penting di mana setelah seorang peneliti menetapkan topik penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori yang berkaitan dengan topik penelitian. Dalam pencarian teori, peneliti akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan. Sumber-sumber kepustakaan dapat diperoleh dari buku, jurnal, majalah, hasil-hasil penelitian (tesis dan disertasi), dan sumber-sumber lainnya yang sesuai (internet, koran dll) (Nazir, 1998:112).

Penulis menggunakan metode studi kepustakaan dengan membaca buku yang berhubungan dengan penelitian ini di perpustakaan sebagai acuan teori dan konsep untuk dijadikan bahasan.

3.1.4 Operasional Variabel

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Alat ukur	Skala
Aktivitas Marketing Public Relations Bengkel Vespucci	<i>Pull Strategy</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Publikasi melalui media sosial. - Promosi penjualan lewat aplikasi online. - Kelengkapan suku cadang dan aksesoris. 	Ordinal/ skala likert <ul style="list-style-type: none"> - Sangat Setuju - Setuju - Kurang Setuju - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju
	<i>Push Strategy</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Penyelenggaraan <i>event Ride and Share</i>. - Kupon/Potongan Harga (<i>vouceher/discount</i>). - Harga Khusus (<i>price packs</i>) 	
	<i>Pass Strategy</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membangun opini publik. - Membangun minat partisipasi dan publik. 	

3.1.5 Uji Validitas dan Realibilitas

Menurut (Sugiyono, 2016: 121) uji instrumen termasuk salah satu bagian yang sangat penting, karena instrumen yang benar akan menghasilkan data yang akurat dan data yang akurat akan memberikan hasil riset yang mampu dipertanggungjawabkan. Uji ini dilakukan untuk menguji apakah sebuah instrumen itu baik atau tidak. Uji instrumen dalam penelitian ini yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

3.1.5.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan derajat ketepatan-antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut (Sugiyono, 2016:177). Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi *pearson product moment*. Skor ordinal dari setiap item

pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item. Jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika negatif maka item tersebut tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuisioner atau diganti dengan pernyataan perbaikan.

Rumus *pearson product moment* menurut Sugiyono, (2016:179) adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- n = Jumlah partisipan atau responden (sampel)
- X = Skor total jawaban partisipan atau responden
- Y = Skor total item-item instrumen (pertanyaan atau pernyataan)
- $\sum XY$ = Jumlah hasil kali skor atau nilai variabel X dan Y
- $\sum X$ = Jumlah skor atau nilai variabel X
- $\sum Y$ = Jumlah skor atau nilai variabel Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor atau nilai variabel X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor atau nilai variabel Y

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks valid adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$ (Sugiyono, 2016 : 179). Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.1.5.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan apakah instrument yang dipakai reliable atau tidak, maksud dari reliable adalah jika instrument tersebut diujikan berulang-ulang maka hasilnya akan sama. Menurut Sugiyono (2016:

682), bahwa reliabilitas adalah hasil penelitian dimana terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda.

Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *alpha cronbach*. Untuk mengetahui suatu instrumen dinyatakan reliabilitas, menurut “Jika koefisien *cronbach alpha* kurang dari 0.60 dianggap buruk, reliabilitas dalam kisaran 0.70 dapat diterima, dan reliabilitas yang melebihi 0.80 adalah baik.” (Sekaran & Bougie, 2013:115). Dengan rumus sebagai berikut:

$$r \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

- r = Koefisien reliability instrument (*Cronbach alfa*)
- k = Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = Total varians butir
- σ_t^2 = Total varian

Untuk menghitung *cronbatch's alpha* pada uji reliabilitas akan dilakukan menggunakan bantuan komputer menggunakan bantuan software *SPSS (statistical product and service solution)*.

3.1.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses penghimpunan atau pengumpulan, pemodelan dan transformasi data dengan tujuan untuk menyoroti dan memperoleh informasi yang bermanfaat, memberikan saran, kesimpulan dan mendukung pembuatan keputusan. Analisis data mempunyai banyak variasi pendekatan, teknik yang digunakan dan nama atau sebutan bergantung pada tujuan dan bidang ilmu yang terkait. Yang digunakan adalah Analisis deskriptif yaitu merupakan

bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sampel (Siregar, 2013: 100).

Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis deskriptif, menurut Sugiyono (2017: 147) Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi .

Pengolahan data ini dilakukan dengan cara membandingkan hasil wawancara dengan pengamatan langsung serta hasil kuesioner dengan yang ada melalui penjelasan yang sistematis. Untuk pengolahan data yang digunakan alat bantu statistik dimana dengan alat tersebut dapat memudahkan penafsiran untuk menganalisa bagaimana penilaian konsumen mengenai aktivitas *marketing public relations* yang dilakukan bengkel Vespuci yang akhirnya akan diperoleh suatu pedoman untuk menarik kesimpulan.

Selanjutnya dicari rata-rata dari setiap jawaban responden, untuk memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut, maka dibuat interval. Dalam penelitian ini peneliti menentukan banyak kelas interval sebesar 5.

Rumus yang digunakan menurut Sudjana (2000:79) adalah sebagai berikut :

$$p = \frac{\text{Rentang}}{\text{banyak kelas interval}}$$

Keterangan :

P = Panjang Interval Kelas

rentang = Data tertinggi – data terendah

banyak kelas interval = 5

Berdasarkan rumus tersebut, maka panjang kelas interval adalah :

$$p = \frac{(5-1)}{5} = 0.8$$

Maka interval dari kriteria penilaian masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3
Interval Penilaian Variabel

Interval	Penilaian
1.00 – 1.79	Sangat Tidak Baik (STB)
1.80 – 2.59	Tidak Baik (TB)
2.60 – 3.39	Cukup Baik (CB)
3.40 – 4.19	Baik (B)
4.20 – 5.00	Sangat Baik (SB)

Data yang diperoleh dari angket menjadi data utama ditambah data lapangan pada saat observasi dan wawancara akan dicatat. Selanjutnya data-data tersebut dijadikan point dan akan di deskripsikan dengan teknik *three ways strategy pull, push, pass*. Dengan menggunakan data angket dengan *three ways strategy* tersebut maka peneliti dapat menyimpulkan bagaimana aktivitas *Marketing Public Relations* bengkel Vespuci dapat dinilai konsumen.

3.2 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.2.1 Profil Vespuci Scooter Workshop

Vespuci diambil dari dua kata, vespa dan puci. Vespa merupakan *scooter* yang berasal dari Italia, dan puci berartikan paru-paru dalam Bahasa Polandia. Makna dari kedua kata tersebut adalah selama kita masih bernafas dengan

menggunakan paru-paru, maka vespa akan selalu ada, tidak akan pernah mati. Vespuci *Scooter Workshop* didirikan pada tanggal 9 September 2017 ini berlokasi di Jalan A. H. Nasution No. 151/61, Karang Pamulang, Mandalajati, Karang Pamulang, Mandalajati, Kota Bandung, Jawa Barat 40294. Buka setiap hari Sabtu – Senin (09.00 – 17.00) sedangkan hari Jum'at (13.00 – 21.00), pada hari Jumat dilakukan *shift* malam karena untuk menarik konsumen yang pulang kerja ataupun kuliah agar lebih leluasa hingga malam tidak bentrok dengan jam kerja.

Bengkel Vespuci ini mengusung konsep rumahan agar para pengunjung merasa nyaman seperti berada di garasi rumah sendiri, selain itu Vespuci banyak menawarkan perawatan untuk Vespa matic, sesuai dengan slogan bengkel ini yaitu “*Fix The Problem*” Vespuci menyediakan *service*, ganti oli, ban motor, *custom* jok motor, *body repair*, *re-painting*, *powder coating*, modifikasi, onderdil dan aksesoris dari beragam merek.

Disini juga Vespuci membuka sistem *pre-order* untuk para pengguna Vespa yang ingin membeli onderdil bermerek bagus tapi belum ada biayanya. Sistem *pre-order* biasanya dibuka tiap satu bulan sekali atau sesuai permintaan pelanggan. Jadi pelanggan bisa menyicil pembayaran dua sampai tiga kali dan akan mendapatkan barang yang dia order. Dari awal buka sampai saat ini pengunjung selalu mengalami peningkatan, saat ini setiap harinya ada sekitar tiga sampai lima pengunjung, terutama pada hari Jum'at pengunjung akan meningkat karena Vespuci buka sampai malam hari.

Jenis *service* yang biasa Vespuci terima setiap harinya yaitu ganti oli, *service* CVT (Continuously Variable Transmission) atau bagian paling penting

pada Vespa matic. Selain *service*, pengunjung juga seringnya mempercantik tunggangan besi mereka dengan mengganti aksesoris bawaan bengkel resmi dengan aksesoris merek ternama seperti Polini, Brembo, Firelli, Ohlins, Malossi, Zelioni dan masih banyak lagi. Aksesoris atau bagian onderdil yang diganti biasanya knalpot atau *exhaust*, ban motor, kaca spion, lampu depan dan kampas rem agar motornya terawat selalu. Untuk keuntungan perharinya atau perbulan sulit di tebak karena setiap orang yang datang punya masalah dan keinginan masing-masing untuk Vespanya. Berikut visi dan misi dari Vespuci *Scooter Workshop*.

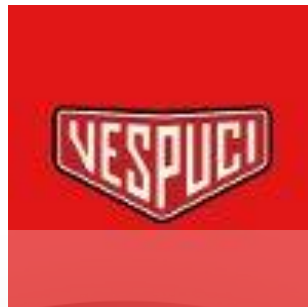
Untuk data pendapatan perbulan, *owner* memberi informasi seperti berikut:

Tabel 3.4
Pendapatan perbulan Vespuci

Pengunjung setiap hari	4-5 Orang namun yang menggunakan <i>service price pack</i> 3 orang saja
Harga rata-rata <i>price packs</i>	Rp. 190.000
Hasil setelah di akumulasikan 24 hari kerja	$(3 \times 190.000) = 570.000$ $(570.000 \times 24) = 13.680.000$

Sumber: *Owner Vespuci Yusup Gantama*

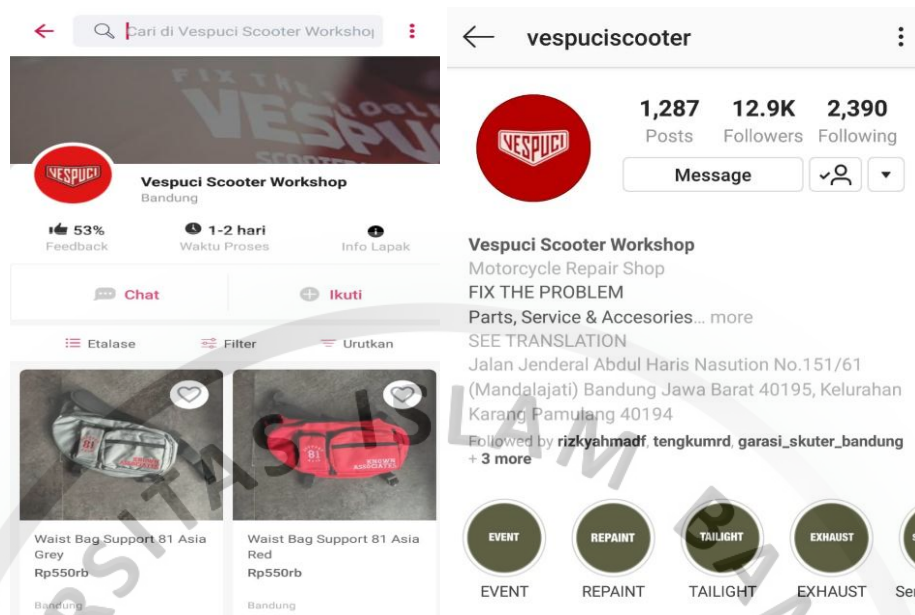
Jadi dalam satu bulan pendapatan kotor Vespuci kurang lebih Rp.13.680.000. Namun itu belum termasuk pengunjung yang membeli aksesoris atau onderdil lainnya. Pendapatan akan terus diputar untuk keperluan bengkel Vespuci agar terus berkembang dengan tambahan *interior* yang lebih nyaman ataupun untuk peralatan bengkel yang canggih. Berikut logo Vespuci *Scooter Workshop*:



Gambar 3.1
Logo Vespuci Scooter Workshop

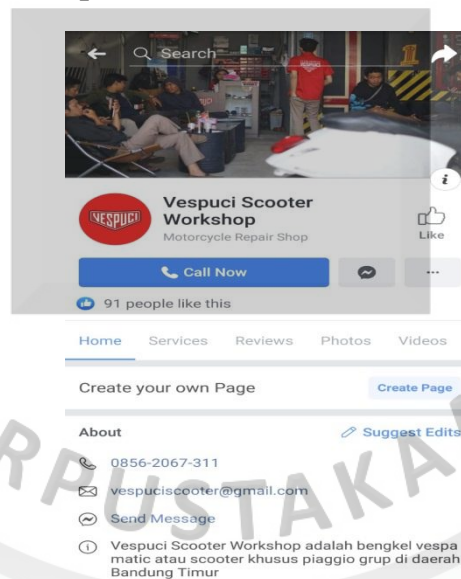
1. Logo berwarna merah melambangkan keberanian dalam artian berani mengambil resiko.
2. Logo berbentuk *boomerang* mengartikan kepada kita untuk selalu berhati-hati dalam kehidupan, jika tidak hal apapun yang kita lakukan jika gegabah dapat menyerang balik diri kita sendiri layaknya *boomerang*.

Sedangkan media sosial yang Vespuci *scooter workshop* gunakan untuk melakukan penjualan dan pengenalan bengkel mereka melalui Instagram, facebook, dan aplikasi buka lapak untuk mendorong penjualan lewat pengiriman paket.



Gambar 3.2
Media sosial Facebook Vespucci Scooter Workshop

Gambar 3.3
Media sosial Instagram Vespucci Scooter Workshop



Gambar 3.4
Aplikasi Online BukaLapak Vespucci Scooter Workshop

3.2.2 Visi dan Misi Vespuci Scooter Workshop

a. Visi

Fix The Problem

Kalimat tersebut bermakna bukan hanya masalah mesin yang dapat diselesaikan, namun masalah aksesoris, dan modifikasi hingga masalah sehari-hari dapat diselesaikan di Vespuci dengan berkomunikasi bersama.

b. Misi

1. Menjaga sebuah usaha tetap terkonsep pada jalurnya
2. Melayani konsumen sebagai rekan atau teman
3. Memberikan nuansa garasi sebenarnya, layaknya garasi rumah sendiri
4. Memberikan banyak paket hemat dengan harga bersahabat
5. Kenyamanan konsumen diutamakan.