

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif bentuk metode yang digunakan dengan menggunakan hipotesis dan menguji hubungan spesifik, serta bersifat memberi penjelasan terhadap obyek yang diteliti (*explantory research*). Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak, pengukuran data menggunakan instrumen penelitian. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dalaha skala likert dimana responden menyatakan tingkat setuju dan tidak setuju mengenai perilaku, obyek, orang atau, kejadian. Metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket dan teknik analisis data menggunakan analisa regresi yang dihitung dengan sampel yang diajukan responden dengan alat bantu SPSS.

3.2. Lokasi, Obyek Penelitian dan Waktu

Penelitian ini mengambil lokasi di kota Jombang dengan responden seluruh masyarakat di kecamatan Jombang dengan obyek penelitian pengaruh *Political Marketing Mix* (Produk, Promosi, Harga, Tempat) terhadap keputusan memilih Gubernur 2018. Waktu untuk penelitian ini membutuhkan waktu kurang lebih mulai dari bulan Maret 2018 sampai dengan bulan Agustus 2018.

3.3. Definisi Oprasional

3.3.1. Produk

Produk dalam *marketing* politik yaitu semua hal yang ditawarkan oleh kandidat dalam pemilihan umum. Indikator produk dalam *marketing* politik menurut Firmanzah (2012) terdapat dua, yaitu :

1. *platfrom* partai pengusung kandidat

Yaitu, Program kerja khofifah-Emil sangat merakyat.

2. Karakteristik pribadi kandidat

Meliputi, Khofifah-Emil memiliki Ideologi yang kuat, Khofifah-Emil mempunyai latar belakang dunia politik, Khofifah-Emil berpenampilan sopan, dan Khofifah-Emil berperilaku santun.

3.3.2. Promosi

Promosi dalam *marketing* politik yaitu bertujuan untuk menarik masa dalam pengusungan kandidat, promosi dapat dilakukan melalui beberapa media yang sudah ada. Indikator promosi menurut Firmanzah (2012) yaitu:

1. *Advertising*, meliputi, Mengiklankan di media cetak, Mengiklankan di media elektronik, Baliho yang dipasang dipinggir jalan, dan Penyebaran kalender di masyarakat desa.
2. Publik, yaitu menjalin hubungan dengan masyarakat.
3. *Event* debat, yaitu keikutsertaan kandidat dalam debat publik di televisi.

3.3.3. Harga

Harga politik dapat didefinisikan sebagai semua biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan kampanye atau promosi. Indikator dalam harga menurut Firmanzah (2012) ada dua adalah:

1. Harga ekonomis, yaitu banyaknya atribut kampanye.
2. Citra nasional, yaitu kandidat bisa memberikan citra positif pada suatu bangsa dan kandidat bisa menjadi kebanggaan nasional.

3.3.4. Tempat

Tempat dapat didefinisikan sebagai cara hadir kandidat disaat kampanye ke masyarakat yang dituju dan kemampuan untuk berkomunikasi dengan masyarakat tersebut. Menurut Firmanzah (2012) terdapat indikator yang terdiri dari :

- ❖ Program marketing personal

Meliputi, Kehadiran kandidat di daerah, Kunjungan kandidat ke organisasi sosial, dan Dialog dengan masyarakat.

3.3.5. Keputusan Memilih

Keputusan memilih yaitu keputusan seseorang untuk menentukan pilihannya. Indikator keputusan memilih menurut Pancaningrum dan Ratna (2015) adalah keputusan memilih karena produk, keputusan memilih karena promosi, keputusan memilih karena harga, keputusan memilih karena tempat.

Tabel. 3.1
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Butir	Sumber
1	Produk	Program	Program kerja Khofifah-Emil sangat merakyat	(Firmanzah, 2012)
		Karakteristik pribadi	Khofifah-Emil memiliki Ideologi yang kuat	(Firmanzah, 2012)
			Khofifah-Emil mempunyai latar belakang dunia politik	
			Khofifah-Emil berpenampilan sopan	
2	Promosi	Periklanan	Khofifah-Emil mengiklankan di media cetak	(Firmanzah, 2012)
			Khofifah-Emil mengiklankan di media elektronik	
			Baliho yang dipasang dipinggir jalan	
			Penyebaran kalender di masyarakat desa	
		Publikasi	Khofifah-Emil menjalin hubungan dengan masyarakat	
		Event debat	Keikutsertaan Khofifah-Emil dalam debat publik di televisi	
3	Harga	Harga ekonomi	. Banyaknya atribut kampanye	(Firmanzah, 2012)
		<i>Image</i> Kedaerahan	. Mempunyai citra kedaerahan yang positif	
4	Tempat	Program marketing personal	. Kehadiran Khofifah-Emil di daerah	(Firmanzah, 2012)
			. Kunjungan Khofifah-Emil ke organisasi sosial	
			. Dialog dengan masyarakat	
5	Keputusan Memilih		. Memilih memutuskan untuk memilih Khofifah-Emil berdasarkan pertimbangan dan marketing mix dari produk	(Pancaningrum & Jayanti, 2015)
			. Memilih memutuskan untuk memilih Khofifah-Emil berdasarkan pertimbangan dan marketing mix dari promosi	
			. Memilih memutuskan untuk memilih Khofifah-Emil berdasarkan pertimbangan dan marketing mix dari harga	
			. Memilih memutuskan untuk memilih Khofifah-	

			Emil berdasarkan pertimbangan dan marketing mix dari tempat	
--	--	--	---	--

3.4. Skala pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013). Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor untuk digunakan jawaban yang dipilih. Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Tabel 3.2
Instrumen Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Sugiyono, 2013)

3.5. Penentuan populasi dan sampel

3.5.1. Populasi

Populasi menurut Ferdinand (2006) adalah gabungan dari seluruh elemen yang membentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pemilih pemilu kecamatan Jombang yang berjumlah 102,923 jiwa.

3.5.2. Sampel

Menurut Ferdinand (2006), jumlah variabel independen dikalikan 16. Jumlah variabel independen penelitian ini adalah 4 sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan berada pada kisaran 64 responden. Sampel yang diambil adalah sebagian dari jumlah pemilih kecamatan Jombang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* yaitu dengan pendekatan *accidentalsampling* yaitu peneliti memilih responden dengan cara mendatangi responden ditempat-tempat keramaian lalu memilih responden dengan cara kebetulan.

3.6. Jenis, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Dilihat dari dalam penelitian, data memegang peran penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan dari penelitian. Penelitian harus mengetahui jenis data apa saja yang diperlukan dan bagaimana mengidentifikasi, mengumpulkan, serta mengolah data yang digunakan dalam penelitian.

3.6.1. Jenis Data dan Sumber Data

Dilihat dari sumber data, pengumpulan data dapat dilakukan menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Primer yaitu sumber data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dengan membagi kuisioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen

sumber skunder merupakan sumber yang diperoleh secara tidak langsung kepada pengumpul data, misal lewat orang lain atau dokumen. Data skunder dari sumber eksternal yang diperoleh melalui studi leteratur majalah ilmiah, jurnal, internet, buku.

3.6.2. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menyebarkan kuisioner atau angket, daftar pertanyaan ini harus sesuai dengan permasalahan yang diteliti, dan memperoleh data berkaitan dengan variabel *political marketing mix* (produk (X1), promosi (X2), harga(X3), tempat (X4)) dan keputusan memilih (Y). Angket yang digunakan adalah angket yang telah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan. Skala yang dipakai adalah Skala Likert, yaitu skala yang berisi lima tingkatan nilai untuk mewakili responden.

3.7. Uji instrumen

a. Uji validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam mengukur apa yang seharusnya diukur agar pengukuran sesuai dengan sasarannya(Hartono, 2013). Uji validitas didalam penelitian ini digunakan untuk mengukur apakah kuesioner yang dibuat oleh peneliti sudah benar-benar mampu mengukur apa yang hendak peneliti ukur. Pada penelitian ini menggunakan rumus *pearson product Moment*. Jika hasil uji kemaknaan dengan r menunjukkan r -

hitung $>0,3$ dinyatakan valid (Sugiyono, 2016). Teknik korelasi produk moment menggunakan perhitungan sebagai berikut :

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

Dimana : r = korelasi

X = Skor item X

Y = total item Y

N = banyaknya sampel dalam penelitian

Hasil perhitungan kemudian dibandingkan dengan r_{tabel} , sebagai berikut :

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pertanyaan dikatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pertanyaan dikatakan tidak valid.

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas sebanyak 30 Responden, berikut uji validitas item pernyataan :

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas Kuisner

ITEM	R hitung	R tabel	keterangan
X1.1	0,652	0,361	VALID
X1.2	0,463	0,361	VALID
X1.3	0,543	0,361	VALID
X1.4	0,630	0,361	VALID
X2.1	0,816	0,361	VALID
X2.2	0,853	0,361	VALID
X2.3	0,804	0,361	VALID
X2.4	0,906	0,361	VALID
X2.5	0,899	0,361	VALID
X2.6	0,887	0,361	VALID
X3.1	0,873	0,361	VALID
X3.2	0,910	0,361	VALID
X4.1	0,784	0,361	VALID
X4.2	0,947	0,361	VALID
X4.3	0,962	0,361	VALID
Y1.1	0,725	0,361	VALID

Lanjutan Tabel 3.3

Y1.2	0,935	0,361	VALID
Y1.3	0,958	0,361	VALID
Y1.4	0,942	0,361	VALID

Sumber: data primer yang diolah, tahun 2018

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari penelitian validitas, seluruh item pernyataan mempunyai nilai r hitung lebih besar dari 0,3. Dengan demikian seluruh item pernyataan kuisioner valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu penelitian mengukur dapat dipercaya (Azwar S. , 2000). Hasil pengukuran dapat dipercaya atau realibel hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama aspek yang diukur dalam dari subyek belum diubah. Adapun cara yang digunakan untuk menguji realibilitas kuisioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Alpha Crombach*(Azwar S. , 2000). Untuk mengetahui kuisioner tersebut sudah realibel akan dilakukan pengujian realibilitas kuisioner dengan bantuan computer program SPSS. Kriteria penilaian uji realibilitas adalah:

- a. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuisioner tersebut realibel.
- b. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuisioner tersebut tidak realibel.

Tabel 3.4
Reabilitas Kuisioner

VARIABEL	R HITUNG	KETERANGAN
X1	0,913	RELIABEL
X2	0,929	RELIABEL
X3	0,738	RELIABEL
X4	0,884	RELIABEL
Y	0,917	RELIABEL

Sumber: data primer yang diolah, tahun 2018

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa kuisioner penelitian untuk masing-masing variabel reliabel.

3.8. Uji asumsi Klasik

Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah, uji multikolinieritas, uji heterogenitas, uji normalitas dan uji autokreasi.

1. Uji multikolonieritas

Multikolinearitas merupakan adanya hubungan yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel penjelas (bebas) dari model regresi ganda, kemudian Multikolinearitas digunakan dalam arti yang lebih luas, yaitu untuk terjadinya korelasi linear yang tinggi diantara variabel- variabel penjelas (Setiawan & Kusriani, 2010). Uji multikolonieritas pada penelitian dilakukan dengan matriks korelasi. Pengujian ada tidaknya gejala multikolonieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*variance inflation factor*) dan toleransi-nya. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai toleran tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan bebas dari multikolonieritas, kemudian apabila VIF berskala dibawah 10 dan nilai toleran mendekati 1, maka diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut terdapat problem multikolonieritas (Santoso, 2003).

2. Uji heteroskedastisitas

Homogenitas variansi dari *error* adalah salah satu asumsi regresi linear yang harus dipenuhi. Homoskedastisitas merupakan bahwa variansi dari *error* bersifat tetap atau disebut juga identik. Kebalikan dari homoskedastisitas adalah heteroskedastisitas yaitu dimana kondisi variasi errornya (Y) tidak identik (Setiawan & Kusri, 2010). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (Z_{PRED}) dan nilai residualnya ($SRESID$). Jika titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti gelombang besar melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2006). Untuk menguji apakah data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan metode sebagai berikut:

a. Metode Grafik

Metode grafik yang handal adalah dengan melihat normal *probability* plot yang membandingkan distribusi kuantitatif dari distribusi normal (Ghozali, 2006). Distribusi normal akan membuat satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika data menyebar disekitar

garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Metode Statistik

Uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari *Kolmogorov smirnow*. Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel, jika signifikansi lebih besar dari alpha 5% maka menunjukkan distribusi data normal.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi pada tempat yang berdekatan datanya yaitu *cross sectional*. Autokorelasi merupakan korelasi time series (lebih menekankan pada dua data penelitian berupa data rentetan waktu). Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai DW (*Durbin Watson*) dengan kriteria pengambilan jika $D - W$ sama dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai *rule of thumb* (aturan ringkas), jika nilai $D - W$ diantara 1,5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi (Ghozali, 2012).

3.9. Teknik analisa data

3.9.1. Analisis deskriptif

Analisi yang digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing-masing item variabel dengan skala pengukuran satu sampai lima.

Nilai skor tertinggi- Nilai skor terendah

Jumlah kategori

$$= \frac{s - 1}{s}$$

s

$$= 0,8$$

Sehingga nilai tertinggi adalah 5 dan untuk nilai skor jawaban responden terendah adalah 1, sedangkan jumlah kelas/kategori yang digunakan dalam penyusunan kriteria tersebut disesuaikan dengan skala yang digunakan yaitu 5 kelas, sehingga interval yang diperoleh untuk tiap kelas adalah $(5-1) : 5 = 0,8$

Dengan demikian kriteria untuk mendiskripsikan nilai mean yang diperoleh setiap butir indikator maupun variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3.7
Nilai skor dan Kategori

Nilai	Kategori
1,00 – 1,8	Sangat rendah
>1,8 – 2,6	Rendah
>2,6 – 3,4	Cukup
>3,4 – 4,2	Tinggi
>4,2 – 5,00	Sangat Tinggi

Sumber :(Sudjana, 2005)

3.9.2. Analisis Regresi Berganda

Metode analisa data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis pengaruh

political marketing mix (produk, promosi, harga, tempat) dalam melakukan keputusan untuk memilih adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda (*Multiple Regresional Analisis*). Regresi berganda dilakukan terhadap lebih dari satu variabel bebas untuk mengetahui pengaruhnya terhadap variabel terikat (Santoso, 2000). Pada penelitian ini menggunakan alat bantu program statistik *SPSS for windows* untuk mempermudah proses pengolahan data-data penelitian dari program tersebut akan didapatkan *output* berupa hasil pengolahan dari data yang telah dikumpulkan, kemudian *output* dari hasil pengolahan data tersebut diinterpretasikan akan dilakukan analisis terhadapnya. Setelah dilakukan analisis barulah kemudian diambil sebuah kesimpulan sebagai hasil dari penelitian.

Regresi berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada regresi berganda terdapat suatu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan memilih di Kecamatan Jombang di kota Jombang. Sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah *political marketing mix* (produk, promosi, harga, tempat). Model hubungan keputusan memilih dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \epsilon$$

Dimana:

Y : Keputusan Memilih

a : Konstanta

b : Koefisien

X1 : Produk

X2 : Promosi

X3 : Harga

X4 : Tempat

€ : Error

3.10. Uji hipotesis

a. Uji t

Uji t signifikan parameter individual (Uji t) di manfaatkan untuk menguji signifikansi konstanta dari masing-masing variabel independen, apakah produk (X1), Promosi (X2), harga (X3) dan tempat (X4) benar-benar dominan secara parsial (terpisah/individu) terhadap variabel dependennya yaitu keputusan memilih (Y), berikut rumus Uji t menurut Sugiyono (2016):

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r}}$$

Di mana:

t : Nilai Uji t

r : Koefisien korelasi *pearson*

r^2 : Koefisien determinasi

n : Jumlah sampel

kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α)=0,05 ditentukan sebagai berikut:

1. $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima
2. $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Jika semakin besar, maka prosentase perubahan variabel independen (X) semakin tinggi dan begitu pula sebaliknya. Adapun rumusnya adalah:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

r^2 = koefisien regresi berganda.