



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Obyek Penelitian

Obyek yang akan diteliti oleh penulis adalah pengaruh Komunikasi Antar Pribadi dalam hubungan Agen susu Indomilk Kelapa Gading dan Konsumen susu terhadap peningkatan penjualan susu Indomilk area Kelapa Gading. Seberapa banyak peningkatan penjualan yang dapat diraih dengan melaksanakan strategi, tujuan, model, efektivitas dan konsep-konsep Komunikasi Antar Pribadi.

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting sosial atau dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti antara fenomena yang diteliti. Tujuan penelitian ini bersifat suatu paparan pada variabel – variabel yang diteliti. Dengan demikian, hasil penelitian dengan metode ini akan menghasilkan informasi yang kompresif mengenai variabel yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2004:76), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012: 7). Metode kuantitatif sering juga disebut metode tradisional, positivistik, ilmiah/scientific dan metode discovery. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme.

Metode ini disebut sebagai metode ilmiah (scientific) karena metode ini telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

C. Variabel Penelitian

Tabel 3.1

Variabel dan Indikator Penelitian Variabel X

Variabel X	Dimensi	Indikator	Teori
Komunikasi Interpersonal	Pengertian	Agen dapat menjelaskan kepada Konsumen mengenai perubahan rasa dan packaging dari Susu Indomilk	Steward L. Tubs dan Sylvia Moss



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Kesenangan	Agen dapat menciptakan suasana yang menyenangkan ketika berkomunikasi dengan Konsumen	mengemukakan bahwa komunikasi yang efektif setidaknya akan menimbulkan lima hal yaitu: pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makna baik dan tindakan. (Rakhmat, 2007:12-15)
Pengaruh pada sikap	Agen dapat mengarahkan Konsumen untuk membeli produk Susu Indomilk	
Hubungan yang semakin baik	Agen dapat menjalin hubungan yang baik dengan Konsumen	
Tindakan	Konsumen dapat melakukan tindakan (mengerti dan membeli) sesuai dengan pesan yang telah dikomunikasikan oleh Agen mengenai Susu Indomilk	
Keterbukaan	Agen secara tidak langsung membuat Konsumen memberikan pendapatnya mengenai Susu Indomilk	Efektivitas komunikasi antarpribadi menurut Devito (Devito 2011:259 – 264)
Empati	Agen memperhatikan terhadap saran dan kritik yang diberikan oleh Konsumen mengenai Susu Indomilk	



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Sikap Mendukung	Agen selalu memberikan dukungan pengantaran dan permintaan spesial Susu Indomilk kepada Konsumen	mengandung lima ciri yaitu Keterbukaan, Sikap Positif, Kesamaan, Empati, dan Dukungan	
	Sikap Positif		Agen dapat membuat Konsumen bersikap positif terhadap Susu Indomilk
	Kesetaraan		Agen dapat bersama - sama memberikan solusi yang terbaik mengenai saran dan kritik yang diterima oleh Konsumen

Tabel 3.2

Variabel dan Indikator Penelitian Variabel Y

Variabel Y	Dimensi	Indikator	Teori
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Peningkatan Penjualan	Pembelian Ulang	Konsumen akan melakukan pembelian lagi di kemudian hari	Menurut Blackwell dkk (2001) keputusan pembelian kembali merupakan salah satu keputusan pembelian Konsumen
		Konsumen kembali datang setelah pembelian pertama	
		Konsumen melakukan pembelian lebih banyak dari pembelian pertama	
		Konsumen melakukan promosi kepada orang lain untuk membeli di Agen susu Indomilk Kelapa Gading	



(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

	<p>Konsumen memilih menjadi pelanggan tetap Agen susu Indomilk Kelapa Gading</p> <p>Konsumen melakukan pembelian varian susu Indomilk lain di Agen susu Kelapa Gading</p>	<p>yang diantaranya dipengaruhi oleh faktor psikologi Konsumen</p>
<p>Strategi penjualan</p>	<p>Agen melakukan potongan harga bagi Konsumen yang mengajak Konsumen lain susu Indomilk di Agen Kelapa Gading</p> <p>Agen melakukan Komunikasi Antar Pribadi kepada Konsumen</p> <p>Agen melakukan strategi penjualan dengan membeli 1 produk susu mendapatkan 1 susu gratis</p> <p>Agen menggunakan potongan harga kepada Konsumen yang membeli</p>	<p>Penjualan mempunyai beberapa karakteristik yang menonjol, yaitu perhatian, memberikan informasi yang bernilai bagi Konsumen. Memberikan kemudahan, bersifat membujuk, dan</p>



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

		<p>lebih dari 10</p> <p>Penjual menggunakan media sosial untuk mempromosikan susu Indomilk di Agen susu Kelapa Gading</p> <p>Agen susu bertanggung jawab terhadap kemasan dan isi susu yang rusak dapat tukar dengan yang baru oleh Konsumen.</p>	<p>menggerakkan Konsumen untuk terlibat dalam suatu transaksi.</p>
--	--	---	--

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi dengan menggunakan penyebaran kuesioner dengan skala pengukuran menggunakan skala Likert.

1. Kuesioner.

Menurut Riduwan (2010 : 25), kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon (*responden*) sesuai dengan permintaan pengguna. Tujuan penyebaran kuesioner adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa



merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan. Penyebaran kuesioner adalah melalui wawancara terhadap responden yang ditargetkan. Dalam hal ini kuesioner merupakan data primer.

1. Studi Kepustakaan (*Literature Study*), terdiri dari mencari, membaca, dan mengumpulkan bahan bacaan dari buku. Dalam hal ini, data sekunder yang telah diolah lebih lanjut disajikan oleh pihak peneliti data sekunder atau pihak lain misalnya dalam bentuk tabel atau diagram.
1. Dokumentasi digunakan untuk melihat sejauh mana hubungan Agen dan Konsumen susu secara Komunikasi Antar Pribadi

E. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel ini dilakukan secara *non – probability sampling*, dengan menggunakan pendekatan sampling purposif (*purposive sampling*). Menurut Rachmat Kriyanto (2010 : 154) teknik ini mencakup orang-orang yang di seleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang di buat peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Sedangkan orang-orang dalam populasi tidak sesuai, tidak dijadikan sampel. Peneliti memilih sampel dari Konsumen susu Indomilk Kelapa Gading yang berada di wilayah Kelapa Gading, dan rutin berlangganan susu Indomilk setiap minggunya. Untuk pemilihan sampel 30 responden di Jakarta Utara batasan usia adalah 21 – 50 tahun



F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Prosentase

Data yang terkumpul dari kuesioner dibuat prosentase untuk mengetahui tingkatan ranking terhadap masing – masing pertanyaan dari profil dan karakteristik mereka dengan cara:

Rumus:

$$Fr = \frac{fr}{\sum f} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr = Presentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

fr = Responden yang menjawab satu jenis pertanyaan tertentu

$\sum f$ = Jumlah total reponden

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Menurut Husein Umar (2008:52), pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan – pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Pengujian validitas konstruksi dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *Pearson Product Moment*, dengan rumusan sebagai berikut :

$$r = \frac{\sum XY}{\sqrt{\sum X^2 \sum Y^2}}$$

Dimana :

r = koefisien korelasi *Pearson's Product Moment*

n = jumlah individu dalam sampel

X = jumlah skor butir variabel X

Y = jumlah skor butir variabel Y

Hasil dari r -hitung kemudian akan dibandingkan dengan nilai r table product moment dengan menggunakan peluang tingkat kesalahan (α) sebesar 5%. Jika r -hitung $>$ r -table maka butir pertanyaan yang diteliti dianggap valid, dan jika r -hitung $<$ r -table maka butir pertanyaan dianggap tidak valid. (Nurgiyantoro, 2002:318)

b. Uji Reliabilitas

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach alpha*.

Dimana :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2} \right)$$

- r_{11} = reliabilitas instrumen
 k = banyak butir pertanyaan
 σ^2 = varians total
 $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

Selanjutnya nilai korelasi r dibandingkan dengan nilai 0,7 sebagai nilai koefisien reliabilitas minimal yang dapat diterima.

Rumus untuk menghitung varian adalah sebagai berikut

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n-1}$$

Dimana :

- n = jumlah responden

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



X = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor – nomor butir pertanyaan)

3. Skala Guttman

Menurut Masri Singarimbun (2008:116), metode Guttman didasarkan kenyataan bahwa relevansi tiap – tiap indikator terhadap variabel adalah berbeda; satu indikator mungkin lebih dapat mengukur variabel tersebut dengan lebih tepat.

Skala Guttman disusun berdasarkan derajat kepositifan dengan penekanan pada aspek unidimensional. Aspek ini menempatkan responden pada titik tertentu dalam suatu kontinum sikap yang harus setuju dengan semua item pertanyaan dibawahnya dan harus tidak setuju dengan semua item di atas posisi skalanya (Jonathan Sarwono, 2006 :98)

Skala yang digunakan terdiri dari angka yaitu angka 1 dan angka 2, dimana 1 untuk tidak, dan 2 untuk ya.

4. Skala Likert

Menurut Kinnear dalam Umar (2002:95) skala likert digunakan untuk bertanya kepada responden, dengan skala ini responden ditanya untuk merespon setiap pertanyaan dan diminta untuk menjawab berdasarkan skala pengukuran.

Skala yang digunakan terdiri dari angka yang dimulai dari angka 1 sampai dengan 4, dimana angka 1 menunjukkan nilai terendah sedangkan angka 4 menunjukkan nilai tertinggi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Skala peringkat	Bobot
1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Setuju
4	Sangat setuju

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

5. Rata – Rata Tertimbang

Data yang dikumpulkan dari kuesioner yang dibagikan kemudian dihitung. Total responden mengenai jawabannya dikalikan dengan nilai bobot. Hasil perkalian tersebut akan dibagi dengan total responden, kemudian akan diperoleh skor rata – rata yang dapat menunjukkan rata – rata posisi yang tepat dalam interval.

Dengan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

Keterangan :

X = nilai rata – rata

f = frekuensi

x = nilai bobot

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Setelah diperoleh nilai rata – rata dari kuesioner tersebut, nilai rata – rata dimasukkan dalam rentang skala nilai. Rumus untuk rentang skala nilai tersebut adalah :

$$Rs = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{banyaknya kategori skor}}$$

Hasil rentang skala yang diperoleh dari rumus di atas adalah sebesar :

$$Rs = \frac{(4-1)}{4} = 0,75$$

Maka skala yang digunakan :

$$1,00 - 1,75 = \text{Sangat tidak setuju}$$

$$1,76 - 2,50 = \text{Tidak setuju}$$

$$2,51 - 3,25 = \text{Setuju}$$

$$3,26 - 4,00 = \text{Sangat setuju}$$

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut dapat diberi skor antara 1 sampai dengan 4. Angka 1 diinterpretasikan menunjukkan nilai terendah dari skala sedangkan angka 4 menunjukkan nilai tertinggi dari skala.

6. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk menyelidiki apakah antara dua variabel berhubungan satu sama lain dan mengukur derajat keeratannya.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Dimana :

R_{xy} = nilai korelasi *product moment*

n = jumlah anggota sampel

X = skor pertanyaan

Y = skor total

Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai keeratan hubungan

antara dua variabel penulis memberikan kriteria sebagai berikut (Sarwono 2006:87)

0 : Tidak ada korelasional antara dua variabel

>0 – 0,25 : Korelasi sangat lemah

>0,25 – 0,5 : Korelasi cukup

>0,5 – 0,75 : Korelasi cukup kuat

>0,75 – 0,99 : Korelasi sangat kuat

1 : Korelasi sempurna

Dasar pengambilan keputusan berdasarkan pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis jika menggunakan hipotesis nol (H_0) adalah sebagai berikut (Nugroho, 2005:36):

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, atau nilai $p\text{-value}$ pada kolom sig.(2-tailed) $> level\ of\ significant\ (\alpha)$ maka H_a diterima

Ⓒ

Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, atau nilai $p\text{-value}$ pada kolom sig.(2-tailed) $< level\ of\ significant\ (\alpha)$ maka H_a ditolak

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hasil uji korelasi signifikan atau tidak dapat diketahui dari nilai signifikan (sig.). Jika nilai Sig. < 0.05 maka koefisien korelasi yang diuji adalah signifikan. Arah hubungan dapat dilihat dari tanda koefisien korelasi yang muncul. Apabila tanda (-) berarti semakin tinggi nilai variabel X maka nilai variabel Y akan semakin rendah, sebaliknya jika tanda (+) berarti semakin tinggi nilai variabel X maka nilai variabel Y juga akan semakin tinggi. Nilai koefisien korelasi adalah antara -1 sampai +1. Semakin besar nilai absolut koefisien korelasi (mendekati +1 atau -1), maka akan semakin kuat/tinggi hubungan linearnya. Semakin lemah/rendah kekuatan hubungan antar variabel, maka nilai koefisien korelasi akan semakin mendekati 0 (Sukestiyarno 2011).

7. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi,

variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test*. 5

Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $>0,05$ (Imam Ghozali, 2011: 160-165).

b. Uji Linieritas

Menurut Imam Ghozali (2007: 115) Uji linieritas “digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Hal tersebut didukung oleh pendapat Purbayu Budi Santosa & Ashari tentang asumsi linieritas :

“asumsi ini menyatakan bahwa untuk persamaan regresi linier, hubungan antara variabel independen dan dependen harus linier”.

Berikut hipotesis yang digunakan dalam uji ini :

H₀: Tidak terdapat Pengaruh Komunikasi Antar Pribadi Dalam Hubungan Agen Dan Konsumen Susu Terhadap Peningkatan Penjualan Susu Indomilk Area Kelapa

Gading

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Ha: Terdapat Pengaruh Komunikasi Antar Pribadi Dalam Hubungan Agen Dan
Konsumen Susu Terhadap Peningkatan Penjualan Susu Indomilk Area Kelapa

Gading

Kriteria pengujian dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} < t^{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $t_{hitung} > t^{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

(Siregar, 2013:178)

8. Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kedua variabel, peneliti menggunakan teknik Analisis Regresi Linier Sederhana. Analisis regresi linier digunakan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel dependent (variabel Y), nilai variabel dependent berdasarkan nilai independent (variabel X) yang diketahui. Dengan menggunakan analisis regresi linier maka akan mengukur perubahan variabel terikat berdasarkan perubahan variabel bebas. Analisis regresi linier dapat digunakan untuk mengetahui perubahan pengaruh yang akan terjadi berdasarkan pengaruh yang ada pada periode waktu sebelumnya.

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Komunikasi antar Pribadi dengan Peningkatan Penjualan dilakukan dengan rumus regresi linier sederhana, yaitu sebagai berikut



$$Y = a + bX$$

(Sumber : Sugiyono, 2009:204)

Keterangan :

Y = Subjek variabel terikat yang diprediksi (Sisa Hasil Usaha)

X = Subjek variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu (Modal Kerja)

a = Bilangan konstanta regresi untuk X = 0 (nilai y pada saat x nol)

b = Koefisien arah regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel Y bila bertambah atau berkurang 1 unit.

Berdasarkan persamaan diatas, maka nilai a dan b dapat diketahui dengan

menggunakan rumus *least square* sebagai berikut :

Rumus untuk mengetahui besarnya nilai a

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Rumus untuk mengetahui besarnya nilai b

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

(Sumber : Sugiyono, 2009:206)

Dimana :

n = Jumlah Data Sampel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Setelah melakukan perhitungan dan telah diketahui nilai untuk a dan b, kemudian nilai tersebut dimasukan kedalam persamaan regresi sederhana untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel Y berdasarkan nilai variabel X yang diketahui. Persamaan regresi tersebut bermanfaat untuk meramalkan rata-rata variabel Y bila X diketahui dan memperkirakan rata-rata perubahan variable Y untuk setiap perubahan X.

Beberapa pengujian yang perlu dilakukan untuk hasil persamaan regresi sederhana di atas adalah sebagai berikut :

a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji F dalam analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui Apakah variabel Komunikasi Antar Pribadi berpengaruh terhadap Peningkatan Penjualan. Uji F digunakan untuk Menguji keberartian regresi.

Uji F dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS V.20.0 for windows* dan datanya bersumber pada output tabel Anova, kemudian pengujian dilakukan dengan membandingkan antara Fhitung dan Ftabel. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis:

Apabila maka H_0 ditolak, itu berarti bahwa terdapat pengaruh komunikasi antar pribadi dalam hubungan agen dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

konsumen susu terhadap peningkatan penjualan susu indomilk area kelapa gading

Apabila maka H_0 diterima, itu berarti bahwa tidak terdapat pengaruh komunikasi antar pribadi dalam hubungan agen dan konsumen susu terhadap peningkatan penjualan susu indomilk area kelapa gading

2. Menentukan F hitung dan signifikansi.

Dari output tabel Anova dapat dilihat hasil perolehan F hitung dan signifikansinya.

3. Menentukan F tabel.

F tabel dapat dilihat pada tabel statistik, pada tingkat signifikansi 0,05 Dengan df 1 (jumlah variabel bebas) = 1, dan df 2 (n-k-1). N adalah jumlah Data dan k adalah jumlah variabel independen.

4. Kriteria pengujian:

A. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima

B. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak

5. Membuat kesimpulan

Membandingkan antara F_{hitung} dan F_{tabel} , dan kesimpulan didapat dari Kriteria pengujian.

Jika H_0 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh komunikasi antar pribadi dalam hubungan agen dan konsumen susu terhadap peningkatan penjualan susu indomilk area

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

kelapa gading, sebaliknya jika H_0 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh komunikasi antar pribadi dalam hubungan agen dan konsumen susu terhadap peningkatan penjualan susu indomilk area kelapa gading

b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak (Priyatno, 2009 : 50). Tahap-tahap pengujian sebagai berikut :

a. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif.

$H_0 : b_1 = 0$ Artinya tidak terdapat pengaruh komunikasi antar pribadi dalam hubungan agen dan konsumen susu terhadap peningkatan penjualan susu indomilk area kelapa gading

$H_1 : b_1 \neq 0$ Artinya terdapat pengaruh komunikasi antar pribadi dalam hubungan agen dan konsumen susu terhadap peningkatan penjualan susu indomilk area kelapa gading

b. Menentukan taraf signifikansi. Taraf signifikansi menggunakan 0,05.

c. Pengambilan keputusan.

Pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas (signifikansi)

Probabilitas > 0.05 jadi H_0 diterima

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Probabilitas ≤ 0.05 jadi H_0 ditolak

c. Uji koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Imam Ghozali, 2011: 97).

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.