

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian merujuk pada suatu konsep yang dirancang oleh peneliti untuk merinci cara pengumpulan, pengolahan, dan analisis data secara terstruktur agar penelitian dapat berlangsung dengan efisiensi dan efektivitas. Penelitian ini mengadopsi pendekatan campuran (*mixed methods*) dengan tahapan Eksploratori Sekuensial. Metode penelitian campuran merupakan pendekatan yang mengintegrasikan metode kuantitatif dan kualitatif dalam satu kerangka penelitian (Sugiyono, 2010). Hal ini bertujuan untuk menghasilkan data yang lebih lengkap, akurat, dan objektif.

Pendekatan campuran adalah metode penelitian yang mengintegrasikan atau menggabungkan kedua pendekatan kualitatif dan kuantitatif (Creswell, 2019). Metode penelitian ini menggabungkan keunggulan dari metode kuantitatif dan kualitatif dengan maksud untuk menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai fenomena yang sedang diselidiki.

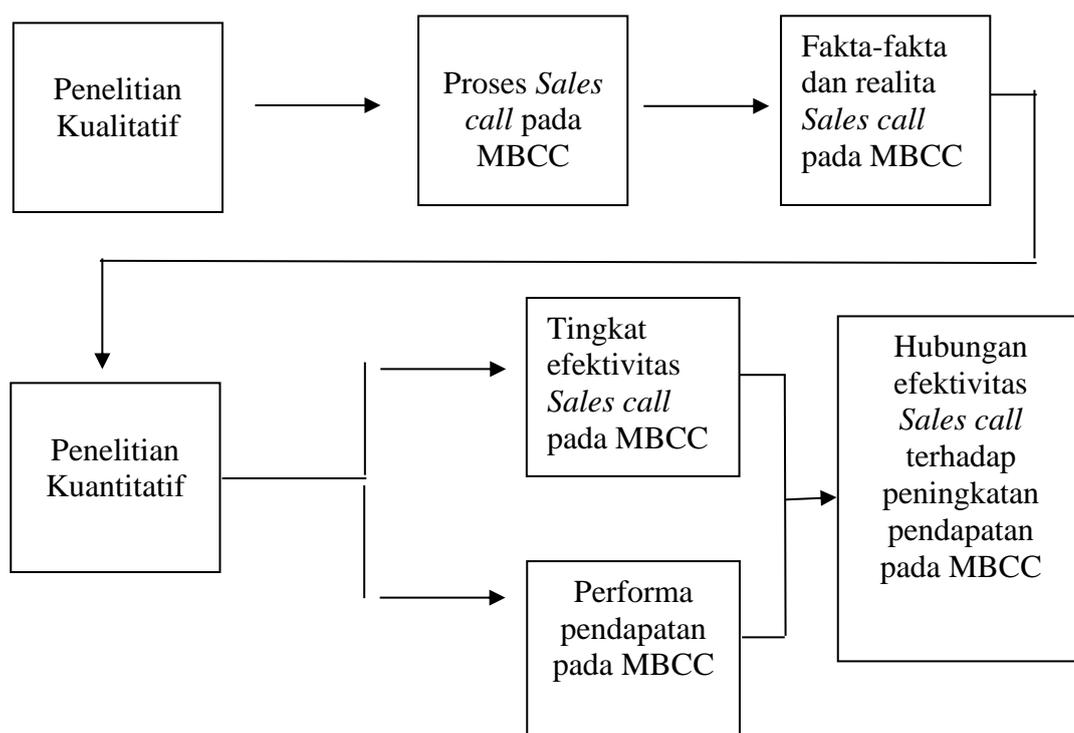
Metode kuantitatif memanfaatkan data numerik dan statistik untuk menguji hipotesis serta membuat kesimpulan. Pendekatan ini sesuai untuk menjawab pertanyaan mengenai apa yang terjadi, mengapa suatu fenomena terjadi, dan bagaimana suatu fenomena terjadi. Di sisi lain, metode kualitatif menggunakan data non-numerik seperti teks, audio, atau video untuk memahami fenomena yang sedang dipelajari. Pendekatan ini lebih cocok untuk menjawab pertanyaan mengenai mengapa suatu fenomena terjadi dan bagaimana proses terjadinya.

Hasil penelitian disajikan dalam bentuk angka-angka untuk mengevaluasi efektivitas *sales call* terhadap pendapatan hotel Mercure Bandung City Centre. Seiring itu, analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan

kondisi variabel proses *sales call* yang terjadi di lapangan.

Metode pengumpulan data melibatkan wawancara, kuisioner, dan kajian literatur.

**Gambar 3.1 Diagram Desain Penelitian**



*Sumber : Peneliti (2024)*

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam periode Januari hingga April 2024 di Hotel Mercure Bandung City Centre yang terletak di Jl. Lengkong Besar No.8, Cikawao, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40261. Subyek penelitian terfokus pada anggota *Sales Department* dan klien yang terlibat dalam *sales call*.

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah suatu area generalisasi yang mencakup objek/subjek dengan kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diselidiki dan kemudian diberikan kesimpulan (Sugiyono, 2012:117). Dalam konteks penelitian ini, peneliti menetapkan populasi sebagai fokus studi untuk kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi ini menjelaskan bahwa populasi bukan hanya mencakup jumlah obyek/subyek yang diteliti, tetapi juga melibatkan semua karakteristik dari obyek/subyek tersebut. Permasalahan penelitian ini terfokus pada efektivitas proses *sales call* terhadap pendapatan Hotel Mercure Bandung City Centre. Oleh karena itu, populasi penelitian ini adalah enam staf yang merupakan bagian dari departemen penjualan di Hotel Mercure Bandung City Centre.

#### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih dari sejumlah data yang dianggap mampu mencerminkan seluruh populasi. Menurut Sugiyono (2011:81), sampel mencakup sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam konteks penelitian ini, sampel yang digunakan adalah staf dari departemen penjualan di Mercure Bandung City Centre. Karena jumlah populasi kurang dari 30 orang, maka teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah sampel jenuh atau sensus.

Pendekatan ini didasarkan pada pandangan Akdon (2008:106) mengenai penarikan sampel yang menyatakan bahwa "sampling jenuh adalah metode pengambilan sampel di mana seluruh populasi digunakan sebagai sampel dan juga dikenal sebagai sensus. Sampling jenuh diterapkan ketika populasinya kurang dari 30 orang." Oleh karena itu, peneliti akan menggunakan data seluruh staf dari departemen penjualan di Hotel Mercure Bandung City Centre sebagai sampel.

**Tabel 3.1 Narasumber**

| No | Nama Pegawai    | Jabatan                            |
|----|-----------------|------------------------------------|
| 1  | Nancy Lesmana   | Director of Business               |
| 2  | Ruka Endah      | <i>Director of sales</i>           |
| 3  | Dyah Anisa      | Marketing<br>Cummunication Manager |
| 4  | Marino Aprialdo | <i>Assistant sales manager</i>     |
| 5  | Sabila Lucrecia | <i>Assistant sales manager</i>     |
| 6  | Melly Meliani   | Wedding Specialist                 |
| 7  | Karina Larasati | <i>Sales Coordinator</i>           |
| 8  | Ferry Irawan    | Jakarta <i>Sales Office</i>        |
| 9  | Alifio          | Jakarta <i>Sales Office</i>        |
| 10 | Rosula          | Jakarta <i>Sales Office</i>        |

*Sumber : Mercure Bandung City Centre*

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mendapatkan informasi dalam upaya mengatasi permasalahan dengan menerapkan teknik-teknik tertentu, sehingga data yang dihimpun diharapkan relevan dengan permasalahan yang sedang diselesaikan. Teknik pengumpulan data merujuk pada metode-metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dan rincian mengenai objek penelitian. Sugiyono (2011:137) menjelaskan bahwa "pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai konteks, menggunakan berbagai sumber, dan dengan berbagai metode." Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data melibatkan wawancara, kuisisioner, dan studi dokumentasi.

### 3.4.1 Data Primer

Data primer merujuk kepada informasi yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari tempat atau subjek penelitian. Dalam situasi ini, peneliti mengumpulkan informasi langsung dari responden mengenai pandangan mereka terhadap efektivitas panggilan penjualan dan dampaknya terhadap peningkatan pendapatan di Mercure Bandung City Center. Data primer diperoleh melalui:

#### 1. Angket (Kuisisioner)

Kuisisioner, atau yang juga dikenal sebagai angket, merupakan daftar tulisan yang memuat serangkaian pertanyaan yang harus diisi oleh responden guna memperoleh informasi terkait dengan permasalahan penelitian. Menurut Sugiyono (2011:142), angket didefinisikan sebagai metode pengumpulan data yang melibatkan penyediaan kumpulan pertanyaan tertulis kepada responden, yang kemudian diharapkan mereka akan memberikan jawaban. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa skala ordinal. Skala tersebut adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.2 Skala Ordinal**

|     |  |                   |
|-----|--|-------------------|
| (5) | Sangat mudah/baik/signifikan/efektif/berpengaruh | Mempunyai bobot 5 |
| (4) | Mudah/baik/signifikan/efektif/berpengaruh        | Mempunyai bobot 4 |
| (3) | Kurang mudah/baik/signifikan/efektif/berpengaruh | Mempunyai bobot 3 |
| (2) | Tidak mudah/baik/signifikan/efektif/berpengaruh  | Mempunyai         |

|     |  |                   |
|-----|--|-------------------|
|     |  | bobot 2           |
| (1) | Sangat tidak mudah/baik/signifikan/efektif/berpengaruh | Mempunyai bobot 1 |

*Sumber : Groves et al., 2023*

### 3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis informasi yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara seperti laporan, jurnal, buku, atau data yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh individu atau lembaga tertentu. Data sekunder tidak diperoleh secara langsung dari subjek penelitian, tetapi berasal dari sumber lain yang sudah ada. Dalam pengumpulan data, data sekunder digunakan sebagai sumber informasi tambahan atau pendukung dalam penelitian yang sedang dilakukan. Namun, keabsahan data sekunder harus diperiksa terlebih dahulu dan tidak boleh digunakan tanpa verifikasi yang tepat (Sugiyono, 2017). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari:

#### 1. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi mengimplikasikan upaya penelusuran informasi terkait aspek atau variabel tertentu, seperti mencari catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan jenis data lainnya (Arikunto, 2006:231). Hadari (1993:133) menyatakan bahwa dalam penelitian kuantitatif, teknik dokumentasi berperan sebagai alat untuk menghimpun secara kolektif materi yang terkait dengan kerangka teori, penyusunan kerangka konsep, dan perumusan hipotesa dengan cermat. Kajian dokumentasi esensial untuk mendukung kelengkapan data dan memperkaya kesimpulan dengan memperoleh data secara langsung dari sumber penelitian, literatur relevan, regulasi atau kebijakan, laporan kegiatan, dan sumber data lain yang relevan dengan penelitian.

### 3.5 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:38), variabel penelitian dapat diartikan sebagai sesuatu, sifat, atau nilai-nilai yang dimiliki oleh orang, objek, atau kegiatan dengan variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk tujuan mempelajari dan menarik kesimpulan. Berdasarkan judul "efektivitas *sales call* terhadap peningkatan pendapatan (*revenue*) pada mercure bandung city centre," variabel-variabel tersebut dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu:

#### 1. Variabel Independen ( Variabel Bebas)

Sugiyono (2015:39) menyatakan bahwa variabel bebas didefinisikan sebagai faktor yang memengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau munculnya variabel terikat. Dalam konteks penelitian ini, variabel independent (X) yang dipertimbangkan adalah efektivitas proses panggilan penjualan. Definisi panggilan penjualan yang digunakan dalam penelitian ini adalah serangkaian langkah yang diambil oleh tenaga penjual dalam sebuah organisasi untuk memasarkan produk atau layanan tertentu, dengan fokus utama pada perolehan pelanggan baru dan pemesanan dari mereka..

#### 2. Variabel Dependen

Sugiyono (2015:39) menjelaskan bahwa pengertian variabel dependen adalah variabel yang terpengaruh atau muncul sebagai akibat dari adanya variabel bebas. Dalam konteks penelitian ini, variabel dependen (Y) yang dipertimbangkan adalah pendapatan (*revenue*) yang diperoleh oleh Mercure Bandung City Centre melalui proses panggilan penjualan.(*sales call*)

Tabel 3.3 Operasional Variabel

| Variabel                             | Indikator  | Pernyataan   | Skala   |
|--------------------------------------|--|--|---------|
| Efektivitas<br><i>Sales call</i> (X) | Proses <i>prospecting</i> (penyeleksian klien baru ) berjalan lancar dan efektif sesuai tujuan   | Saya merasa mudah dalam mendapatkan dan menyeleksi klien baru untuk MBCC   | Ordinal |
|                                      | Proses <i>pre-approach</i> (mempelajari selera,kebiasaan, dan kebutuhan klien) berjalan lancar dan efektif sesuai tujuan                   | Proses <i>pre-approach</i> (mempelajari selera, kebutuhan, dan kebiasaan klien) yang saya lakukan untuk MBCC sudah berjalan dengan baik. | Ordinal |
|                                      | Proses <i>approach</i> (bertemu dan membangun hubungan dengan klien) berjalan lancar dan efektif sesuai tujuan                             | Proses <i>approach</i> (bertemu dan membangun hubungan dengan klien) yang saya lakukan untuk MBCC sudah berjalan dengan baik.            | Ordinal |
|                                      | Proses <i>handling objection</i> (menangani penolakan atau keberatan) berjalan lancar dan efektif sesuai tujuan                            | Proses <i>presentation</i> (mengutarakan maksud dan tujuan) yang saya lakukan untuk MBCC sudah berjalan dengan baik.                     | Ordinal |
|                                      | Proses <i>closing</i> (penutupan penjualan) berjalan lancar dan sesuai dengan tujuan   | Proses <i>handling objection</i> (menangani penolakan/keberatan) yang saya lakukan untuk MBCC sudah berjalan dengan baik.                | Ordinal |
|                                      | Proses <i>closing</i> (tindak lanjut setelah terjadinya closing untuk memastikan kepuasan klien) berjalan lancar dan efektif sesuai tujuan | Proses <i>closing</i> (penutupan penjualan) yang saya lakukan untuk MBCC sudah berjalan dengan baik                                      | Ordinal |
|                                      | Saya selalu  | Saya selalu melakukan  | Ordinal |

|   |   |  |         |
|---|---|--|---------|
|   | melakukan <i>follow-up</i> untuk memastikan kepuasan klien setelah terjadinya closing                                       | <i>follow-up</i> untuk memastikan kepuasan klien setelah terjadinya closing  |         |
| Peningkatan Pendapatan Hotel ( <i>Revenue</i> ) (Y) | Proses <i>sales call</i> berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan ( <i>revenue</i> ) hotel             | Proses <i>Sales call</i> memiliki tingkat signifikansi yang tinggi terhadap peningkatan pendapatan ( <i>revenue</i> ) hotel. | Ordinal |
|   | Target pendapatan ( <i>revenue</i> ) tercapai melalui proses <i>sales call</i>  | <i>Sales call</i> efektif dalam mencapai target pendapatan hotel.  | Ordinal |
|   | <i>Sales call</i> berpengaruh signifikan terhadap jumlah keuntungan hotel   | <i>Sales call</i> berpengaruh terhadap peningkatan jumlah keuntungan hotel.  | Ordinal |
|   | Modal yang dikeluarkan untuk proses <i>Sales call</i> berbanding lurus dengan pendapatan yang dihasilkan                    | Biaya yang dikeluarkan untuk proses <i>Sales call</i> berbanding lurus dengan pendapatan yang dihasilkan hotel.              | Ordinal |
|   | Kemampuan individual seorang <i>sales</i> dalam melakukan <i>sales call</i> berpengaruh terhadap pendapatan yang dihasilkan | Kemampuan individual setiap Sales dalam melakukan <i>Sales call</i> berpengaruh terhadap pendapatan yang dihasilkan hotel."  | Ordinal |

Sumber : Hasil Peneliti (2024)

### 3.6 Teknik Pengujian Instrumen Penelitian

#### 3.6.1 Uji Validitas

Sugiyono (2012:348) menyatakan bahwa uji validitas adalah proses evaluasi yang dilakukan untuk menilai sejauh mana instrumen pengukur dapat mengukur konsep yang dimaksud

dengan akurat. Dalam konteks riset ekonomi, uji validitas penting karena berkaitan dengan pertanyaan apakah sampel yang digunakan dapat dianggap mewakili atau mencerminkan populasi secara keseluruhan, serta seberapa baik instrumen pengukur dapat mencapai tujuan yang ditetapkan dalam tes tersebut.

Validitas merujuk pada seberapa efektif suatu instrumen yang dibuat dalam mengukur konsep yang diinginkan, atau dengan kata lain, sejauh mana instrumen tersebut benar-benar mengukur apa yang dimaksud. Validitas merupakan indikator yang menunjukkan seberapa jauh instrumen tersebut valid atau dapat diandalkan. Instrumen yang memiliki validitas tinggi dianggap dapat mengukur dengan akurat konsep yang ingin diukur. Salah satu rumus yang dapat digunakan untuk menguji validitas adalah dengan menggunakan teknik korelasi, khususnya teknik korelasi product moment Pearson.

$$r = \frac{n\sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\}\{n\sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Dimana :

$r$  = koefisien korelasi pearson product moment

$n$  = jumlah responden

$\sum Xi$  = jumlah skor X

$\sum Yi$  = jumlah skor Y

$\sum XiYi$  = jumlah hasil kali skor X dan Y

$\sum Xi^2$  = kuadrat jumlah skor X

$\sum Yi^2$  = kuadrat jumlah skor Y

Kriteria validitas sebuah item adalah ketika koefisien korelasi ( $r$ ) memiliki nilai minimal sesuai  $r$  pada table yang dalam penelitian ini adalah 0,632. Jika korelasi antara setiap item instrumen dengan total skor kurang dari 0,632, maka butir dalam instrumen tersebut dianggap tidak memenuhi persyaratan atau tidak valid (Sugiyono, 2012:357). Terdapat standar penilaian yang lebih rinci untuk validitas, yaitu:

**Tabel 3.4**  
**Standar Penilaian Untuk Uji Validitas**

| <i>Validity</i> | <i>Criteria</i>   |
|-----------------|-------------------|
| 0,50            | <i>Good</i>       |
| 0,30            | <i>Acceptable</i> |
| 0,20            | <i>Marginal</i>   |
| 0,10            | <i>Poor</i>       |

*Sumber : Barker et al, (2002;70)*

Semakin tinggi tingkat validitas suatu alat ukur, semakin akurat alat tersebut dalam mencapai tujuannya atau dalam mengevaluasi apa yang seharusnya diukur. Jika kuesioner digunakan dalam pengumpulan data penelitian, maka pertanyaan-pertanyaan yang dirancang dalam kuesioner tersebut harus mampu secara efektif mengukur aspek yang menjadi fokus penelitian.

Pengujian instrumen ini dilakukan di *sales office* Mercure Bandung City Centre dengan melibatkan 10 responden. Tujuannya adalah untuk menguji validitas pernyataan yang disajikan dengan menggunakan bantuan *SPSS for Windows* sebelum pengumpulan data dilakukan. Hasil dari penelitian validitas instrumen dapat dilihat dalam ringkasan tabel berikut :

**Tabel 3.5**  
**Uji Validitas Instrumen**

| No.  | Indikator   | r hitung | Ket. | r tabel | Kesimpulan     |
|--|---|----------|------|---------|----------------|
| <i>Variabel Efektivitas Sales call (X)</i> |   |          |      |         |                |
| 1.   | Seberapa mudah anda mendapatkan dan menyeleksi klien baru untuk MBCC?   | 0,807    | >    | 0,632   | <b>VALID</b>   |
| 2.   | Bagaimana anda menilai proses pre-approach (mempelajari selera, kebutuhan, dan kebiasaan klien) yang anda lakukan untuk MBCC? | 0,614    | <    | 0,632   | <b>INVALID</b> |
| 3.   | Bagaimana anda menilai proses approach (bertemu dan membangun hubungan dengan klien) yang anda lakukan untuk MBCC ?           | 0,642    | >    | 0,632   | <b>VALID</b>   |
| 4.   | Bagaimana anda menilai proses presentation (mengutarakan maksud dan tujuan) yang anda lakukan untuk MBCC?                     | 0,649    | >    | 0,632   | <b>VALID</b>   |
| 5.   | Bagaimana anda menilai proses handling objection (menangani penolakan/keberatan) yang anda lakukan untuk MBCC?                | 0,805    | >    | 0,632   | <b>VALID</b>   |
| 6.   | Bagaimana anda menilai proses closing (penutupan penjualan) yang anda lakukan untuk MBCC ?                                    | 0,798    | >    | 0,632   | <b>VALID</b>   |
| 7.   | Apakah anda selalu melakukan follow up untuk memastikan kepuasan klien setelah terjadinya closing?                            | 0,639    | >    | 0,632   | <b>VALID</b>   |
| <i>Variabel Peningkatan Pendapatan (Y)</i> |   |          |      |         |                |
| 8.   | Bagaimana tingkat signifikansi proses Sales call terhadap peningkatan pendapatan hotel ?                                      | 0,724    | >    | 0,632   | <b>VALID</b>   |
| 9.   | Apakah melalui Sales call efektif untuk mencapai target pendapatan hotel ?  | 0,689    | >    | 0,632   | <b>VALID</b>   |

|     |  |       |   |       |                |
|-----|--|-------|---|-------|----------------|
| 10. | Apakah <i>Sales call</i> berpengaruh terhadap jumlah keuntungan hotel?   | 0,681 | > | 0,632 | <b>VALID</b>   |
| 11. | Apakah biaya yang dikeluarkan untuk proses <i>Sales call</i> berbanding lurus terhadap pendapatan yang dihasilkan hotel?           | 0,554 | > | 0,632 | <b>INVALID</b> |
| 12. | Apakah kemampuan individual setiap <i>Sales</i> dalam melakukan <i>Sales call</i> berpengaruh terhadap pendapatan yang dihasilkan? | 0,689 | > | 0,632 | <b>VALID</b>   |

*Sumber : Hasil olahan data SPSS 27 for Windows*

Item dalam instrumen dianggap valid jika nilai  $r$  yang dihitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel. Nilai  $r$  tabel yang digunakan dalam instrumen ini adalah 0,632. Berdasarkan tabel tersebut, dari 12 item pernyataan, 10 item diantaranya valid dan 2 item diantaranya tidak valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2012:354), selain memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian benar-benar mengukur variabel yang dimaksud, penting juga untuk memastikan bahwa instrumen tersebut melakukan pengukuran variabel dengan tepat. Reliabilitas adalah evaluasi terhadap seberapa konsisten suatu instrumen pengukuran mengukur konsep yang diinginkan. Dengan kata lain, reliabilitas sebuah pengukuran mencerminkan stabilitas dan konsistensi di mana instrumen tersebut mengukur konsep yang dimaksud, dan membantu dalam menilai keakuratan suatu pengukuran.

Reliabilitas diukur menggunakan rumus Alfa Cronbach, yang dihitung dengan menggunakan persamaan berikut:

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

Dimana :

$\alpha$  = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum S_i^2$  = jumlah varians tiap butir pertanyaan

$S^2_{total}$  = total varians

Koefisien Alfa Cronbach adalah metode statistik yang sering digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Menurut Sekaran (2012:182), suatu instrumen penelitian dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang memadai jika koefisien Alfa Cronbach memiliki nilai setidaknya 0,70 atau lebih besar.

Cronbach's Alpha merupakan indikator keandalan yang menunjukkan seberapa baik item-item dalam suatu set berkorelasi positif satu sama lain. Menurut Sekaran (2012:182), Cronbach's Alpha dihitung berdasarkan rata-rata dari interkorelasi antar item yang mengukur konsep tersebut.

Semakin mendekati nilai 1, maka keandalan konsistensi internal semakin tinggi.

Tabel 3.5

## Standar Penilaian untuk Uji Reliabilitas

| <i>Cronbach's Alfa</i>  | <i>Internal Consistency</i> |
|-------------------------|-----------------------------|
| $\alpha \geq 0,9$       | <i>Excellent</i>            |
| $0,7 \leq \alpha < 0,9$ | <i>Good</i>                 |
| $0,6 \leq \alpha < 0,7$ | <i>Acceptable</i>           |
| $0,5 \leq \alpha < 0,6$ | <i>Poor</i>                 |
| $\alpha < 0,5$          | <i>Unacceptable</i>         |

Sumber : Cortina (1993)

Reliabilitas sebuah instrumen mencerminkan tingkat konsistensi data. Oleh karena itu, instrumen yang reliabel dapat digunakan untuk mengukur hal yang sama pada waktu yang berbeda dengan memberikan hasil yang konsisten.

Uji reliabilitas dilakukan pada item pernyataan yang telah lulus uji validitas sebelumnya. Pada penelitian ini, terdapat 5 item pernyataan yang diuji. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan formula Alpha Cronbach. Hasil pengujian tersebut tertera dalam tabel berikut:

Tabel 3.6

## Uji Reliabilitas Instrumen

| <b>Variable</b>                   | <b>Butir Pernyataan</b> | <b>Cornboach's Alpha</b> | <b>Keterangan</b> |
|-----------------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------|
| Efektivitas <i>Sales call</i> (X) | 7                       | 0,826                    | <b>RELIABEL</b>   |
| Peningkatan Pendapatan (Y)        | 5                       | 0,690                    | <b>RELIABEL</b>   |

Sumber : Hasil olahan data SPSS 27 for Windows

Menurut Sekaran dalam Priyatno (2010), reliabilitas kurang dari 0,6 dianggap kurang baik, nilai 0,7 dianggap dapat diterima, dan nilai di atas 0,8 dianggap baik. Hasil uji reliabilitas yang tercantum dalam tabel 4.2 menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas untuk Variabel Efektivitas *Sales call* adalah 0,826, dengan total 7 butir pernyataan. Sedangkan untuk Variabel Pendapatan, nilai koefisien reliabilitasnya adalah 0,690, dengan total 5 butir pernyataan. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki nilai reliabilitas di atas 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan adalah reliabel.

### 3.7 Analisis Deskriptif Penelitian

Ringkasan data hasil penelitian dapat diperkaya dengan memvisualisasikan data, yang memungkinkan pembahasan yang lebih mendalam. Melalui visualisasi data, tanggapan responden terhadap setiap variabel yang diteliti dapat dipahami dengan lebih baik. Untuk mempermudah interpretasi variabel yang sedang diteliti, dilakukan pengkategorian terhadap skor tanggapan responden. Pengkategorian skor tanggapan responden didasarkan pada rentang skor maksimum dan minimum, yang dibagi dengan jumlah kategori yang diinginkan, sesuai dengan prinsip yang dijelaskan oleh Sugiyono (2012:141).

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Minimum}}{5}$$

$$\text{Skor Maksimum} = \text{jumlah responden} \times \text{jumlah pernyataan} \times 5$$

$$\text{Skor Minimum} = \text{jumlah responded} \times \text{jumlah pernyataan} \times 1$$

Analisis deskriptif dilakukan dengan memperhatikan setiap indikator yang terdapat dalam variabel yang sedang diteliti. Untuk memahami distribusi jawaban responden terhadap tiap-tiap pertanyaan atau pernyataan, dilakukan perhitungan menggunakan formula:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Persentase

f = Frekuensi jawaban responden

N = Jumlah sampel

Variabel X terdiri dari 7 item pertanyaan, dengan nilai tertinggi variabel X mencapai 35 (7x5), dan nilai terendahnya adalah 7 (7x1). Sementara itu, variabel Y hanya memiliki 5 item pertanyaan, dengan nilai tertinggi 25 (5x5) dan nilai terendah 5 (5x1). Kriteria interval kelas untuk variabel *Sales call* (X) adalah:

$$\frac{35 - 7}{5} = 5,6$$

**Tabel 3.6**

**Pedoman Karakteristik Efektivitas *Sales call* (X)**

| <b>Rentang Nilai</b> | <b>Kategori</b>       |
|----------------------|-----------------------|
| 29,4-35              | Sangat Efektif        |
| 23,8-29,4            | Efektif               |
| 18,2-23,8            | Kurang Efektif        |
| 12,6-18,2            | Sangat Kurang Efektif |
| 7-12,6               | Tidak Efektif         |

Sumber : *Hasil olahan data peneliti (2024)*

Kriteria variabel pendapatan (*revenue*) (Y) kelas interval sebesar :

$$\frac{25-5}{5} = 4$$

Tabel 3.7

**Pedoman Karakteristik Peningkatan Pendapatan (*Revenue*) (Y)**

| <b>Rentang Nilai</b> | <b>Kategori</b>          |
|----------------------|--------------------------|
| 20-25                | Sangat Signifikan        |
| 16-20                | Signifikan               |
| 12-16                | Kurang Signifikan        |
| 8-12                 | Sangat Kurang Signifikan |
| 5-8                  | Tidak Signifikan         |

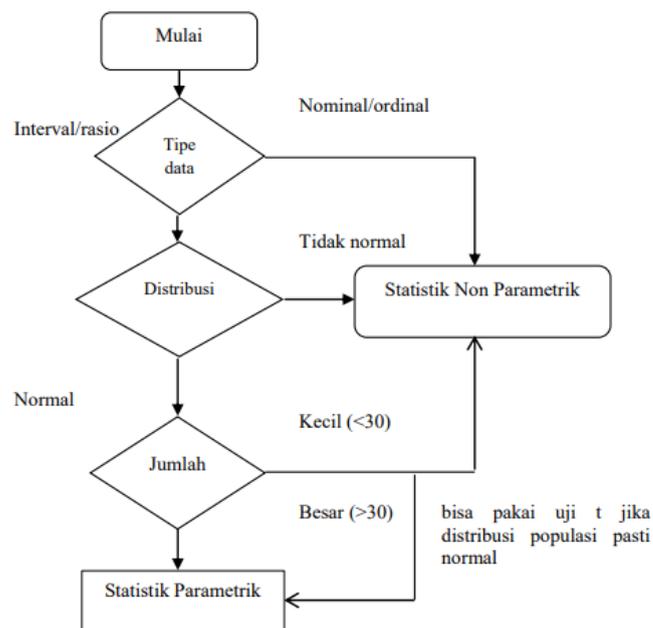
*Sumber : Hasil olahan data peneliti (2024)*

**3.8 Rancangan Pengujian Hipotesis**

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan awal terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena memerlukan pembuktian kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika tidak sesuai dengan fakta dan akan diterima jika terbukti benar, dimana penolakan atau penerimaan hipotesis bergantung pada hasil penelitian terhadap data yang telah dikumpulkan.

### 3.8.1 Statistik Non Parametrik

Dalam proses analisis data pada penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan metode perhitungan statistik non-parametrik karena jumlah responden yang terlibat relatif kecil, yaitu kurang dari 30 orang. Pedoman untuk menggunakan statistik non-parametrik diberikan oleh Singgih Santoso (2006:45) sebagai berikut :



**Gambar 3.2 Rancangan Uji Hipotesis**

*Sumber : Singgih Santoso (2006)*

### 3.8.2 Analisis Korelasi Spearman Rank

Untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara variabel independen (X) dan dependen (Y), peneliti menggunakan metode perhitungan koefisien korelasi, khususnya menggunakan rumus Koefisien Korelasi j Rank ( $r_s$ ).

Pemilihan metode ini didasarkan pada karakteristik data yang digunakan, yaitu jenis data ordinal, tidak berdistribusi

normal, hubungan monotonik, dan jumlah data yang kurang dari 30. Berikut adalah alasan-alasan yang mendukung pemilihan metode korelasi Spearman Rank:

#### 1. **Jenis Data Ordinal:**

Data yang digunakan dalam skripsi ini bersifat ordinal, yang berarti data tersebut diurutkan berdasarkan kategori atau peringkat. Data ordinal tidak memenuhi asumsi interval atau rasio, sehingga metode korelasi Pearson tidak sesuai. Metode *Spearman Rank* dirancang untuk menangani data ordinal dengan memberikan peringkat pada setiap nilai dan menghitung hubungan berdasarkan peringkat tersebut.

#### 2. **Tidak Berdistribusi Normal:**

Data yang tidak berdistribusi normal tidak cocok untuk analisis korelasi Pearson, yang mengasumsikan distribusi normal dari data. Metode *Spearman Rank* tidak memiliki asumsi distribusi normal, sehingga lebih sesuai untuk data yang tidak mengikuti distribusi normal.

#### 3. **Hubungan Monotonik:**

Hubungan antara variabel-variabel dalam skripsi ini bersifat monotonik, yaitu hubungan di mana arah perubahan variabel tetap konsisten, baik secara positif maupun negatif. Metode Spearman Rank mengukur kekuatan dan arah hubungan monotonik antara dua variabel, sehingga cocok digunakan untuk data yang menunjukkan hubungan monotonik.

#### 4. **Jumlah Data < 30:**

Dengan jumlah data yang kurang dari 30, metode korelasi non-parametrik seperti Spearman Rank lebih cocok dibandingkan metode parametrik. Metode non-parametrik lebih tahan terhadap variabilitas dan tidak memerlukan ukuran sampel

besar untuk memberikan hasil yang valid.

Langkah-langkah dalam menghitung rumus Koefisien Korelasi Rank Spearman ( $r_s$ ) adalah sebagai berikut:

1. Mengurutkan observasi pada masing-masing variabel X dan variabel Y hingga mencapai jumlah total observasi (N).
2. Menentukan perbedaan nilai  $d_i$  untuk setiap subjek dengan mengurangkan peringkat Y dari peringkat X. Selanjutnya, nilai  $d_i$  tersebut dikuadratkan untuk mendapatkan  $d_i^2$ , dan selanjutnya semua  $d_i^2$  dijumlahkan.
3. Kemudian, data yang telah diurutkan diberikan peringkat dimasukkan ke dalam rumus korelasi Spearman Rank. Rumus tersebut adalah sebagai berikut:

$$r_s = \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{N^3 - N}$$

Keterangan :

$r_s$  = koefisien korelasi rank *spearman*

$d_i$  = selisih ranking variabel X dan variabel Y

$d_i^2$  = kuadrat selisih ranking

4. Sebagai bahan untuk interpretasi atas hasil pengujian korelasi, maka ditentukan tolak ukur sebagai berikut:

**Tabel 3.8**

### Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

| INTERVAL KOEFISIEN | TINGKAT HUBUNGAN |
|--------------------|------------------|
| 0,80 – 1,00        | Sangat Kuat      |
| 0,60 – 0,799       | Kuat             |
| 0,40 – 0,599       | Sedang           |
| 0,20-0,399         | Rendah           |
| 0,00 – 0,199       | Sangat Rendah    |

Sumber : Anderson, et al (1984)

- Untuk menentukan signifikansi koefisien tersebut, perlu dibandingkan dengan nilai rho tabel yang terdapat dalam tabel statistik. Jika nilai rho yang dihitung lebih besar dari nilai rho dalam tabel, maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Sebaliknya, jika nilai rho yang dihitung lebih kecil dari nilai rho dalam tabel, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima.

#### 3.8.3 Uji Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian hingga terbukti melalui data yang dikumpulkan (Suharsimi Arikunto, 1996: 67). Oleh karena itu, hipotesis perlu diuji kebenarannya agar data yang dikumpulkan dapat menentukan apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak. Hipotesis penelitian yang diajukan adalah hipotesis alternatif. Sedangkan untuk analisis statistik, hipotesis terdiri dari pasangan antara hipotesis nol dan hipotesis alternatif. Dalam penelitian ini, hipotesis yang diajukan adalah adanya kesesuaian atau hubungan antara efektivitas *Sales call* terhadap peningkatan pendapatan hotel. Sebaliknya, hipotesis nolnya adalah tidak adanya kesesuaian antara kedua variabel tersebut. Untuk menguji hipotesis ini, digunakan analisis korelasi *Spearman Rank*, dengan hipotesis statistik sebagai berikut:

- $H_0 = 0$  (tidak ada hubungan antara efektivitas *sales call* terhadap

*peningkatan pendapatan hotel)*

2.  $H_a: \neq 0$  (terdapat hubungan/kesesuaian antara efektivitas *sales call* terhadap peningkatan pendapatan hotel )

### **3.9 Metode Kualitatif**

#### **3.9.1 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mendapatkan informasi dalam upaya mengatasi permasalahan dengan menerapkan teknik-teknik tertentu, sehingga data yang dihimpun diharapkan relevan dengan permasalahan yang sedang diselesaikan. Teknik pengumpulan data merujuk pada metode-metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dan rincian mengenai objek penelitian. Sugiyono (2011: 137) menjelaskan bahwa "pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai konteks, menggunakan berbagai sumber, dan dengan berbagai metode." Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data melibatkan wawancara, kuisisioner, dan studi dokumentasi.

##### **1. Wawancara Semi Terstruktur**

Menurut Kriyantono (2011, h.101), dalam wawancara semi-terstruktur, pewawancara umumnya menyiapkan daftar pertanyaan tertulis tetapi tetap dapat mengajukan pertanyaan tambahan secara bebas yang relevan dengan permasalahan. Wawancara akan dilakukan kepada key people atau orang-orang penting yang mengambil keputusan di departemen *sales* pada Mercure Bandung City Centre.

##### **2. Observasi**

Metode ini melibatkan peneliti yang secara langsung mengunjungi lokasi penelitian, khususnya Hotel Mercure Bandung City Centre. Penelitian ini menggunakan pendekatan observasi nonpartisipan, sesuai dengan konsep yang dijelaskan oleh Kriyantono (2009:108), yang mengacu pada observasi di mana

peneliti hanya mengamati tanpa aktif berpartisipasi dalam kegiatan yang diamati. Dalam konteks penelitian ini, peneliti mengamati apakah pernyataan yang dibuat oleh informan selama *sales call* sesuai dengan realitas di lapangan.

### 3.9.2 Teknik Pemilihan Informan

Dalam penelitian ini, teknik pemilihan informan menggunakan pendekatan purposive, di mana informan dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu. Menurut Kriyantono (2006:154), teknik purposive melibatkan seleksi individu berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti menggunakan teknik purposive karena kriteria informan harus sesuai dengan tujuan penelitian, yang dalam kasus ini adalah untuk memahami proses *sales call* yang dilakukan oleh Mercure Bandung City Centre.

Kriteria untuk pemilihan informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memiliki peran dalam proses *sales call* pada Mercure Bandung City Centre
2. Bersedia untuk diwawancarai secara mendalam mengenai topik penelitian.

Berdasarkan kriteria tersebut, informan yang dipilih adalah:

1. Nancy Lesmana, yang menjabat sebagai *Director of bussiness* Mercure Bandung City Centre
2. Ruka Endah, yang menjabat sebagai *Director of sales* pada Mercure Bandung City Centre
3. Marino Aprialdo, yang menjabat sebagai *Assistant sales manager* pada Mercure Bandung City Centre
4. Sabila Lucrecia, yang menjabat sebagai *Assistant sales*

*manager* pada Mercure Bandung City Centre

Pemilihan informan ini dianggap sesuai dengan tujuan penelitian karena mereka memiliki pengetahuan yang luas terkait dengan kegiatan *sales call* yang dilakukan oleh Mercure Bandung City Centre

### 3.9.3 Instrumen Penelitian

Menurut Kriyantono (2006, hal. 130), instrumen penelitian merujuk pada alat bantu yang dipilih oleh peneliti untuk memastikan pengumpulan data menjadi sistematis. Dalam penelitian kualitatif, instrumen penelitian dapat berupa peneliti sendiri (sebagai instrumen manusia), yang berarti peneliti terlibat langsung dalam proses pengumpulan data. Peneliti menciptakan instrumen sendiri, seperti panduan wawancara atau panduan observasi, untuk memudahkan kegiatan tersebut. Oleh karena itu, kehadiran peneliti dalam proses penelitian dianggap penting. Instrumen penelitian yang digunakan dalam konteks ini adalah:

1. Panduan wawancara (*interview guide*).
2. Observasi dan dokumentasi .

**Tabel 3.9 Pedoman Wawancara**

| No. | Pertanyaan Wawancara  | Topik Wawancara | Informan                                    |
|-----|---|-----------------|---|
| 1.  | Bagaimana perkembangan bisnis hotel di Kota Bandung dan masalah yang dihadapi dalam konteks persaingan?                             | Bisnis hotel    | <i>Director of bussiness, Nancy Lesmana</i> |
| 2.  | Bagaimana persaingan hotel di Kota Bandung dan cara Mercure Bandung City Centre untuk <i>survive</i> di tengah persaingan tersebut? | Bisnis hotel    | <i>Director of bussiness, Nancy Lesmana</i> |

|     |  |                   |  |
|-----|--|-------------------|--|
| 3.  | Bagaimana tugas <i>sales</i> , target utama <i>sales call</i> , berapa orang <i>sales</i> di Mercure Bandung City Centre dan pembagian per segmennya, serta bagaimana menjaga konsumen loyal & teknik mencari <i>corporate</i> baru? | <i>Sales call</i> | <i>Director of bussiness</i> , Nancy Lesmana     |
| 4.  | Bagaimana cara mempersuasi konsumen saat <i>sales call</i> ?   | <i>Sales call</i> | <i>Director of bussiness</i> , Nancy Lesmana     |
| 5.  | Bagaimana keefektifan <i>sales call</i> dalam meningkatkan occupancy, focus utama <i>sales call</i> , strategi saat low season dengan banyaknya saingan?   | <i>Sales call</i> | <i>Director of sales</i> , Ruka Endah            |
| 6.  | Bagaimana efektivitas <i>sales call</i> jika dibandingkan dengan metode yang lain?   | <i>Sales call</i> | <i>Assistant sales manager</i> , Sabila Lucrecia |
| 7   | Bagaimana perbedaan <i>sales call</i> ke klien lama dan klien baru ?   | <i>Sales call</i> | <i>Assistant sales manager</i> , Marino Aprialdo |
| 8.  | Apa yang biasa dilakukan saat <i>sales call</i> , bagaimana dengan tools-nya?  | <i>Sales call</i> | <i>Director of sales</i> , Ruka Endah            |
| 9.  | Apakah yang dilakukan saat <i>sales call</i> , lebih sering maintaining atau prospecting ?   | <i>Sales call</i> | <i>Director of bussiness</i> , Nancy Lesmana     |
| 10. | Bagaimana keunggulan dan kelemahan dari <i>Sales call</i> ?  | <i>Sales call</i> | <i>Director of sales</i> , Ruka Endah            |
| 11. | Apakah <i>Sales call</i> yang dilakukan saat ini berdampak signifikan terhadap pendapatan hotel secara keseluruhan?  | Pendapatan        | <i>Director of bussiness</i> , Nancy Lesmana     |
| 12. | Apakah target pendapatan hotel tercapai melalui proses <i>Sales call</i> dan apakah kemampuan setiap <i>Sales</i> berpengaruh  | Pendapatan        | <i>Director of sales</i> , Ruka Endah            |

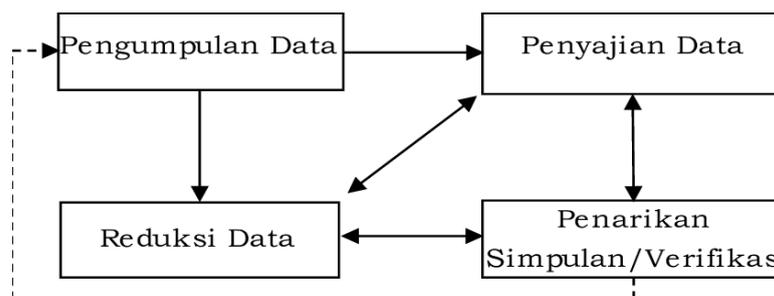
|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | terhadap pendapatan hotel secara keseluruhan? |  |  |
|--|---|--|--|

*Sumber : Hasil olahan peneliti (2024)*

### 3.9.4 Teknik Analisis Data

Setelah peneliti menganggap bahwa data yang terkumpul telah mencukupi, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dapat dilakukan selama proses pengumpulan data berlangsung dan juga setelah pengumpulan data selesai, dalam periode tertentu. Menurut Miles dan Huberman (1992) (sebagaimana disebutkan dalam Sugiyono, 2010, hal. 246), analisis data kualitatif merupakan kegiatan yang interaktif dan berkelanjutan hingga semua aspek data dipelajari secara mendalam, sehingga tidak ada lagi hal baru yang muncul. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti pendekatan kualitatif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman, yang diuraikan sebagai berikut yang melibatkan tiga kegiatan secara bersamaan, yaitu :

#### 1. Reduksi Data



**Gambar 3.2 Diagram Proses Analisis Data**

*Sumber : Miles & Huberman (1992)*

Data yang diperoleh dari lapangan cenderung melimpah, oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mencatat dengan teliti dan rinci. Reduksi data merupakan langkah untuk merangkum informasi, memilih hal-hal yang esensial, fokus pada aspek

penting, serta mengidentifikasi tema, pola, dan pengabstraksi data dari lapangan. Melalui proses reduksi ini, peneliti menyusun ringkasan, mengekstraksi informasi pokok, melakukan kategorisasi, dan mengorganisasi data agar dapat dievaluasi secara lebih terfokus. Tujuan utamanya adalah untuk memperjelas, mengelompokkan, mengarahkan, serta menyusun data sehingga interpretasi yang diperoleh menjadi lebih mudah. Dalam tahap reduksi ini, peneliti sangat berupaya untuk memastikan validitas data yang dihasilkan.

## 2. Penyajian Data

Setelah proses reduksi dilakukan, langkah berikutnya adalah menyajikan data. Penyajian data melibatkan pengorganisasian informasi dalam bentuk yang sistematis sehingga memungkinkan pembaca untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan yang sesuai. Bentuk penyajian data bisa berupa teks naratif, matriks, grafik, jaringan, atau bagan. Tujuannya adalah untuk memfasilitasi pemahaman dan pengambilan kesimpulan dengan cara mengorganisir data ke dalam pola hubungan yang jelas. Selama proses penyajian data, peneliti mengelompokkan informasi yang serupa menjadi kategori atau kelompok yang lebih terstruktur. Peneliti juga terus melakukan uji validitas terhadap temuan yang ditemukan saat berada di lapangan. Pada tahap ini, display (penyajian) data dilakukan secara sistematis untuk mempermudah pemahaman interaksi antar bagian data dalam konteks keseluruhan.

## 3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pada tahap ini, peneliti merumuskan proposisi yang didasarkan pada logika dan mengangkatnya sebagai temuan penelitian. Kemudian, data yang

ada diperiksa secara berulang-ulang, grup data yang terbentuk dievaluasi, dan proposisi yang telah dirumuskan diperiksa kembali.

Langkah selanjutnya adalah melaporkan hasil analisis penelitian secara komprehensif, dengan menyoroti temuan baru yang berbeda dari temuan yang telah ada sebelumnya.

### **3.9.5 Keabsahan Penelitian**

Validitas data merujuk pada sejauh mana instrumen atau wawancara dapat mengukur hal yang dimaksudkan. Ini menunjukkan apakah alat ukur yang digunakan mampu mengukur objek penelitian dengan tepat atau apakah mereka mengukur aspek lain (Kriyantono, 2006). Dalam konteks ini, peneliti menggunakan dua metode utama untuk memastikan validitas data.

Pertama, peneliti memperhatikan Kompetensi Subjek Riset, yang mengharuskan subjek riset memiliki kredibilitas. Ini dilakukan dengan menguji jawaban subjek terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan pengalaman subjek tersebut. Kedua, peneliti menggunakan Analisis Triangulasi, di mana jawaban subjek dianalisis untuk memverifikasi kebenarannya dengan data empiris.

Triangulasi sumber digunakan oleh peneliti dengan membandingkan dan memeriksa kepercayaan atau kredibilitas informasi yang diperoleh dari berbagai sumber. Peneliti melakukan ini dengan mengajukan berbagai variasi pertanyaan dan memeriksanya dengan menggunakan berbagai sumber data untuk memastikan keakuratan dan kredibilitas data yang diperoleh