

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Metodologi

Perancangan rancang bangun aplikasi pandu informasi promosi kartu kredit BCA berbasis Android. Dalam pengembangan aplikasi ini akan digunakan pendekatan berbasis SDLC (*Software Development Life Cycle*) berorientasi objek. Pendekatan berbasis ini umum dipakai ketika ingin mengembangkan suatu aplikasi, namun pada dasarnya metode SDLC memiliki tahapan umum yaitu: *planning, analysis, design, implementation, dan maintenance*. Pada pembuatan tugas akhir ini metode perancangan SDLC yang dipakai menggunakan model *waterfall*<sup>8</sup>.

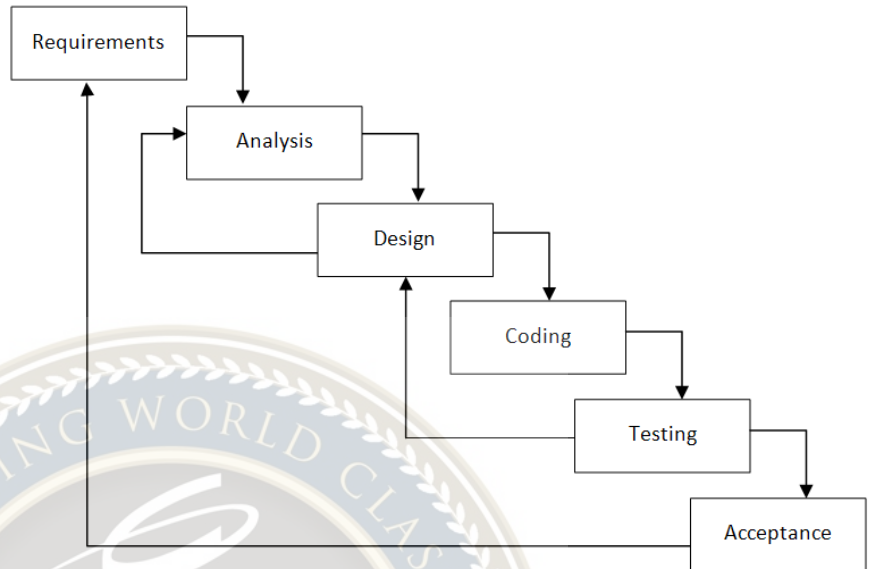
Menurut model *waterfall* yang dijelaskan oleh Horner (1993) tahapan tahapan tersebut meliputi fase antara lain:

1. *Requirements*
2. *Analysis*
3. *Design*
4. *Coding*
5. *Testing*
6. *Acceptance*

---

<sup>8</sup> Philippe Kruchten, *The rational unified process: an introduction*, (Addison-Wesley Professional), 2004, 6

Keenam fase tersebut jika digambarkan dengan gambar seperti berikut ini.



Gambar 3.1. SDLC siklus waterfall

### 3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan pada tugas akhir ini adalah penelitian deskriptif, yaitu sebagai kegiatan yang meliputi pengumpulan data dalam rangka menguji hipotesis atau jawaban pertanyaan yang meliputi waktu yang sedang berjalan dari pokok penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari informasi untuk menjawab pertanyaan seperti apa, siapa, dimana, kapan, bagaimana.<sup>9</sup>

#### 3.1.1.1. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan menggunakan metode survei.

<sup>9</sup> [http://repository.upi.edu/operator/upload/s\\_c0951\\_0608986\\_chapter3.pdf](http://repository.upi.edu/operator/upload/s_c0951_0608986_chapter3.pdf), akses pada tanggal 27 oktober 2011.

### **3.1.1.2. Populasi**

Seluruh masyarakat yang memiliki Android dan memiliki kartu kredit BCA sebanyak 100 Orang. Digunakan semua dalam penelitian ini (studi populasi).

### **3.1.1.3. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner pada kegiatan ini adalah penelitian kuantitatif, sehingga hasil yang diharapkan berupa data yang disampaikan melalui kata kata tertulis dari hasil pengolahan data dari kuesioner. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak secara langsung bertanya jawab dengan responden). Alat pengumpulan datanya juga disebut dengan angket berisi sejumlah pertanyaan yang harus dijawab atau direspon oleh responden. Responden mempunyai kebiasaan untuk memberikan jawaban atau merespon sesuai dengan persepsinya. Sebaiknya pertanyaan kuesioner dibuat dengan bahasa yang sederhana sehingga mudah dimengerti dan kalimat – kalimat pendek dengan maksud yang jelas. Kuesioner ini merupakan metode penelitian yang harus dijawab responden untuk menyatakan pandangannya terhadap suatu persoalan. Menurut Hasan Mustafa<sup>10</sup>, keuntungan dari penggunaan kuesioner sebagai metode pengumpulan data terdapat beberapa keuntungan, diantaranya adalah pertanyaan yang akan diajukan kepada responden dapat distandarkan, responden menjawab kuesioner pada waktu luangnya dan pertanyaan yang diajukan dapat dipikirkan terlebih dahulu sehingga jawabannya dapat dipercaya dan dapat dibandingkan dengan jawaban secara lisan, serta pertanyaan yang diajukan dapat lebih tepat dan seragam

---

<sup>10</sup> [home.unpar.ac.id/~hasan/SAMPLING](http://home.unpar.ac.id/~hasan/SAMPLING), akses pada tanggal 21 Agustus 2011.

#### 3.1.1.4. Desain Kuesioner

Desain kuesioner ini menggunakan model yang dikemukakan oleh

Suharsimi Arikunto (1995:182)<sup>11</sup> yaitu :

Variabel:

1. Portal Informasi
2. Tempat makan
3. Promosi
4. Android

Tidak ada *variable* bebas dan terikat karena penelitian bersifat deskriptif

Penjabaran variabel menjadi sub variabel:

- 1) Portal Informasi
  - a. Aplikasi pusat informasi
- 2) Promosi
  - a. Promo yang ditawarkan
  - b. Cicilan dengan 0% bunga
- 3) Promosi kartu kredit BCA
  - a. *Restaurant*
  - b. *Shopping*
  - c. *Health and Beauty*
  - d. *Travel and Leisure*
  - e. *Education*

---

<sup>11</sup> repository.upi.edu/operator/upload/s\_10351\_0608233\_chapter3.pdf , akses pada tanggal 27 Oktober 2011.

- 4) Android
  - a. Teknologi

### 3.1.1.5. Skala Pengukuran

Pengukuran yang digunakan dalam pengukuran kuesioner ini adalah dua macam skala yaitu skala Likert dan Guttman. Skala Likert merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei yang menerbitkan suatu laporan yang menjelaskan penggunaannya. Skala pengukuran Guttman dengan tipe ini akan didapatkan jawaban yang tegas. Diantaranya: ‘ya’ dan ‘tidak’; ‘benar-salah’, dan lain-lain. Namun pada sub bab ini hanya skala likert dan Guttman saja yang dibahas.

- **Skala Likert**

Skala Likert dipakai untuk pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang jawaban yang diajukan<sup>12</sup>

- **Skala Guttman**

Skala ini dipakai untuk mendapatkan jawaban yang tegas atas responden<sup>13</sup>

**Tabel 3.1 Penjabaran Dari Variabel Ke Sub Variabel**

Variabel	Sub Variabel
Penggunaan <i>Portal</i> Informasi	1.Aplikasi Pusat Informasi
Promosi Kartu Kredit BCA	<i>1.Restaurant</i>

<sup>12</sup> samianstats.files.wordpress.com/2008/08/skala-likert.pdf, akses pada tanggal 27 Oktober 2011.

<sup>13</sup> Churchill, Gilbert A. 2005. “*Dasar-Dasar Riset Pemasaran*”, Edisi 4, Jilid I, Alih Bahasa Oleh Andriani, Dkk, Penerbit Erlangga, Jakarta, akses pada tanggal 27 Oktober 2011.

	<p>2. <i>Travel and Living</i></p> <p>3. <i>Health and Beauty</i></p> <p>4. <i>Education</i></p> <p>5. <i>Shopping</i></p> <p>6. <i>Others</i></p>
Penggunaan Android	1. Teknologi

(Sumber: Data Olahan Sendiri, 2011)

**Tabel 3.2 Mencari Indikator Dari Sub Variabel**

Sub Variabel	Indikator
Aplikasi Pusat Informasi	<p>1. Kategorisasi Promosi</p> <p>2. Lengkap dan Jelas</p>
Promosi	<p>1. Mencari Promosi Kartu Kredit</p> <p>BCA</p>
Masyarakat	1. Kebiasaan / Pola Perilaku
Area	1. Kawasan yang sering dikunjungi
Teknologi	<p>1. Penggunaan <i>Google Map</i></p> <p>2. Penggunaan GPS</p>

(Sumber: Data Olahan Sendiri, 2011)

**Tabel 3.3 Pendekatan Indikator Dengan Sub Variabel**

No	Sub Variabel	Indikator	Deskripsi	Variabel
1	Aplikasi Pusat	Kategori	Kategorisasi	Portal



	Informasi	Informasi	yang terstruktur	Informasi
2		Informasi Lengkap dan Jelas	Lengkap dan Ringkas	
3	Tipe Promosi	Macam-Macam Promosi yang ditawarkan	<i>Discount</i> Besar dan Restaurant	Promosi Kartu Kredit BCA
4	Masyarakat	Kebiasaan dan Pola Perilaku	Mencari Restoran dengan Promosi Kartu Kredit	
5	Area	Memiliki Suasana dan Fasilitas yang Baik	Suasana yang nyaman dan dapat bersantai	
6	Teknologi	Penggunaan <i>Google Map</i>	Melihat Lokasi yang Dicari dan Informasi Jalan	Android
7		Penggunaan	Mendeteksi	

		GPS	Posisi Pengguna saat ini	
--	--	-----	--------------------------------	--

(Sumber: Data Olahan Sendiri, 2011)

### 3.1.1.6. Pertanyaan Kuesioner

Pertanyaan di bawah ini berisi tentang isi pertanyaan yang akan diajukan kepada responden disesuaikan dengan aspek informasi yang akan digali.

**Tabel 3.4. Daftar Pertanyaan Kuesioner**

No	Pertanyaan yang Diajukan	Jenis Pertanyaan
1	Seberapa sering Anda melihat promosi yang diberikan oleh BCA dalam bentuk <i>booklet</i> bulanan bagi yang memiliki kartu kredit BCA	<i>Multiple Choice</i>
2	Apakah menurut Anda <i>booklet</i> yang diberikan BCA efektif dan up to date dengan promosi yang ada?	<i>Multiple Choice</i>
3	Promo apakah yang sering Anda lihat di <i>booklet</i> BCA?	<i>Multiple Choice</i>
4	Apakah Anda sering membawa <i>booklet</i> tersebut kemana Anda pergi untuk mengetahui promo yang ada?	<i>Multiple Choice</i>



5	Hal apakah yang membuat Anda tertarik untuk datang ke tempat promo tersebut?	<i>Multiple Choice</i>
6	Barang apakah yang sering Anda bayar menggunakan kartu kredit BCA?	<i>Multiple Choice</i>
7	Perlukah informasi dari <i>booklet</i> tersebut yang dapat mendeteksi lokasi promosi saat ini dari lokasi terdekat Anda berada?	<i>Multiple Choice</i>

(Sumber: Data Olahan Sendiri, 2011)

### 3.1.1.7. Jawaban Kuesioner

Berikut adalah berisi tentang hasil yang di dapatkan dari pertanyaan yang diajukan kepada responden disesuaikan dengan informasi yang akan digali.

**Tabel 3.5. Daftar Jawaban Kuesioner**

No	Pertanyaan yang Diajukan	Jenis Pertanyaan
1	Seberapa sering Anda melihat promosi yang diberikan oleh BCA dalam bentuk <i>booklet</i> bulanan bagi yang memiliki kartu kredit BCA	1. Sering 2. Jarang 3. Tidak Pernah
2	Apakah menurut Anda <i>booklet</i> yang diberikan BCA efektif dan up to date	1. Ya 2. Tidak

	dengan promosi yang ada?	
3	Promo apakah yang sering Anda lihat di <i>booklet</i> BCA?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Restaurant</i></li> <li>2. <i>Shopping</i></li> <li>3. <i>Health and Beauty</i></li> <li>4. <i>Travel and Leisure</i></li> <li>5. <i>Education</i></li> </ol>
4	Apakah Anda sering membawa <i>booklet</i> tersebut kemana Anda pergi untuk mengetahui promo yang ada?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ya</li> <li>2. Tidak</li> </ol>
5	Hal apakah yang membuat Anda tertarik untuk datang ke tempat promo tersebut?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promo yang ditawarkan menarik (<i>discount</i> besar)</li> <li>2. Ada cicilan selama 6 bulan atau 12 bulan dengan 0% bunga</li> </ol>
6	Barang apakah yang sering Anda bayar menggunakan kartu kredit BCA?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tiket</li> <li>2. Hotel</li> </ol>

		3. Makanan 4. Pendidikan
7	Perlukah informasi dari <i>booklet</i> tersebut yang dapat mendeteksi lokasi promosi saat ini dari lokasi terdekat Anda berada?	1. Ya 2. Tidak

(Sumber: Data Olahan Sendiri, 2011)

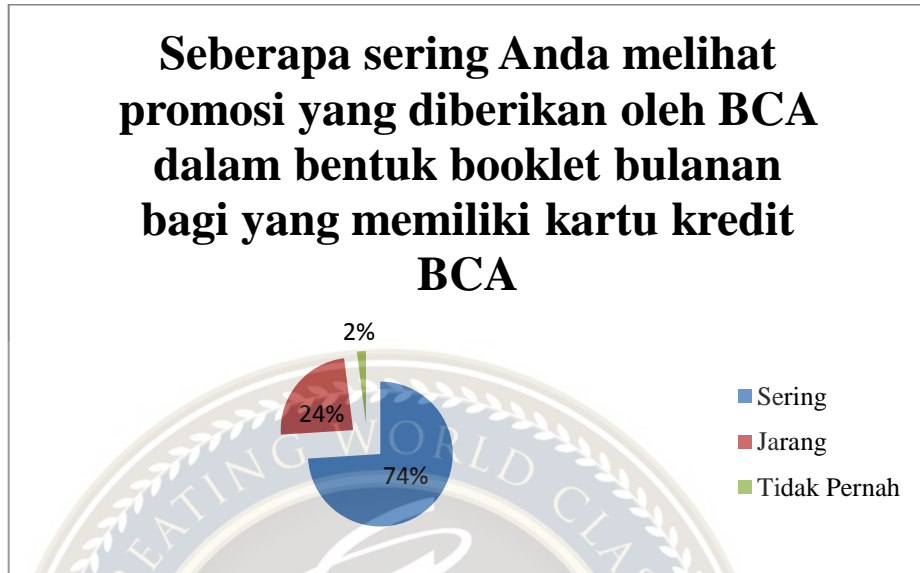
#### 3.1.1.8. Populasi dan Sampel

Berdasarkan lokasi penelitian aplikasi ini, maka populasi yang dituju adalah masyarakat kota Surabaya. Dengan keterbatasan waktu maka tidak mungkin dilakukan survei untuk seluruh kota Indonesia. Maka pengambilan populasi akan dibatasi dengan sampel.

#### 3.1.1.9. Analisis Data

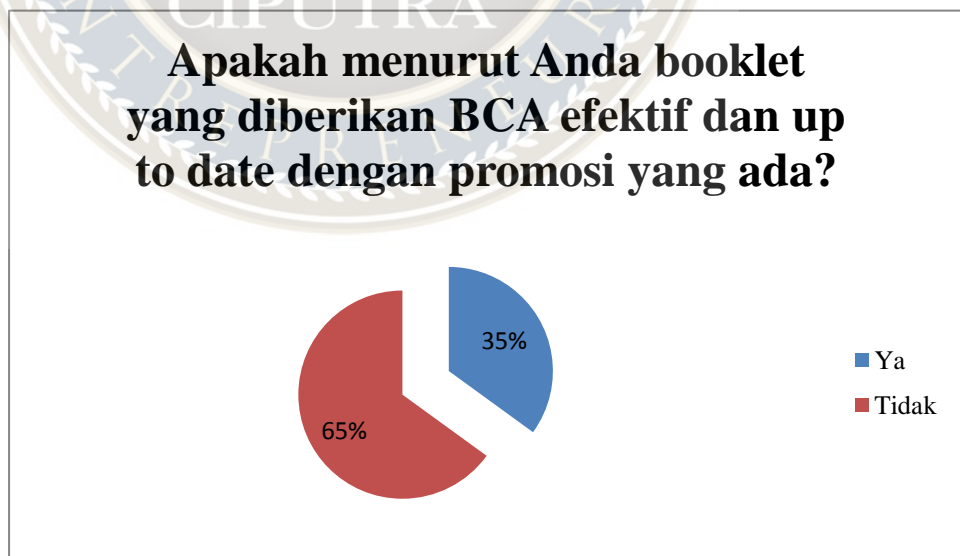
Berikut adalah data hasil dari kuesioner:

Tabel 3.6. Hasil Pertanyaan Kuesioner nomor 1



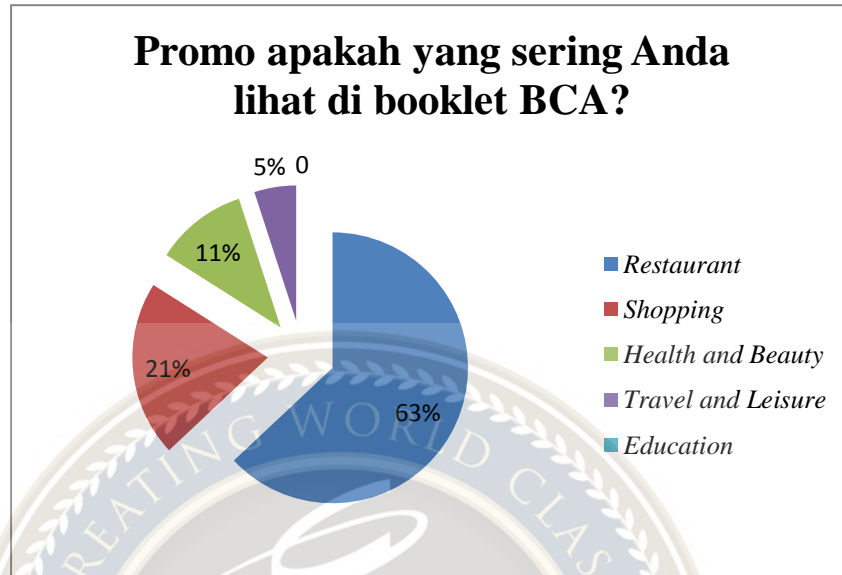
(Sumber: Data Olahan Sendiri, 2011)

Tabel 3.7. Hasil Pertanyaan Kuesioner nomor 2



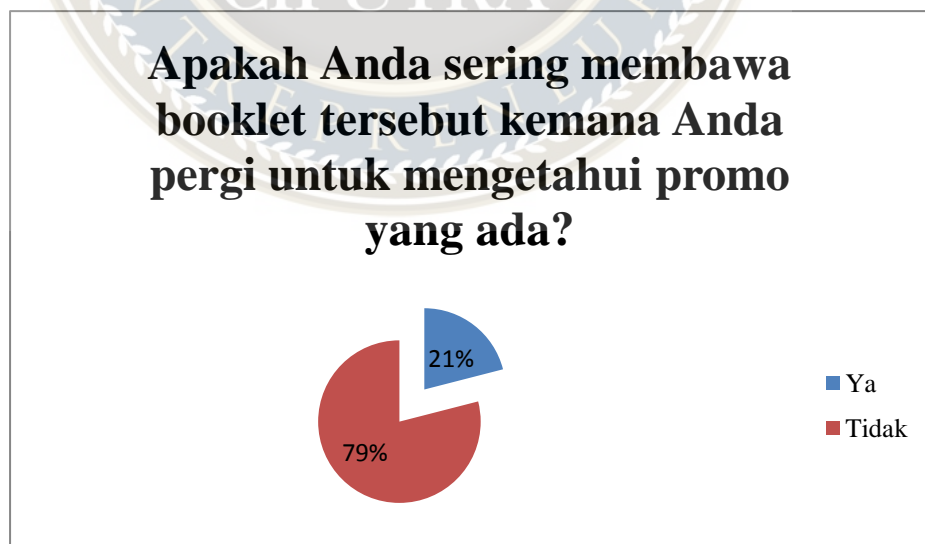
(Sumber: Data Olahan Sendiri, 2011)

Tabel 3.8. Hasil Pertanyaan Kuesioner nomor 3



(Sumber: Data Olahan Sendiri, 2011)

Tabel 3.9. Hasil Pertanyaan Kuesioner nomor 4



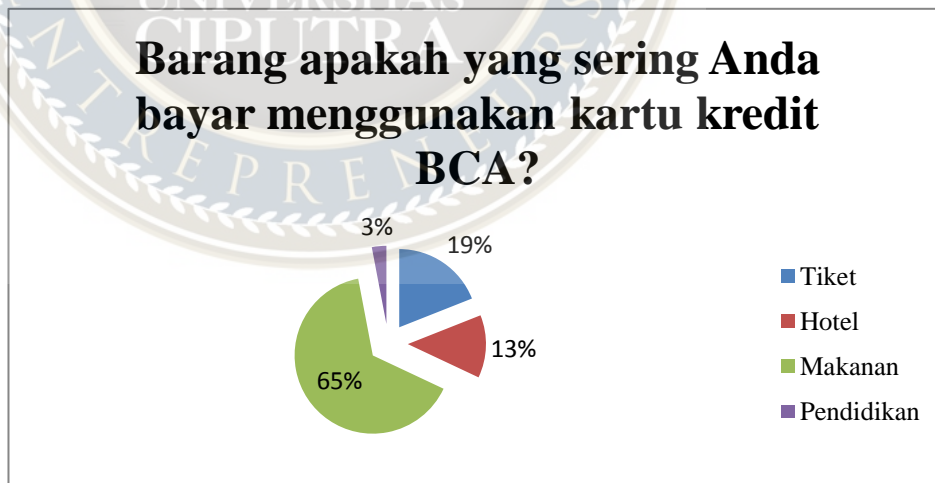
(Sumber: Data Olahan Sendiri, 2011)

Tabel 3.10. Hasil Pertanyaan Kuesioner nomor 5



(Sumber: Data Olahan Sendiri, 2011)

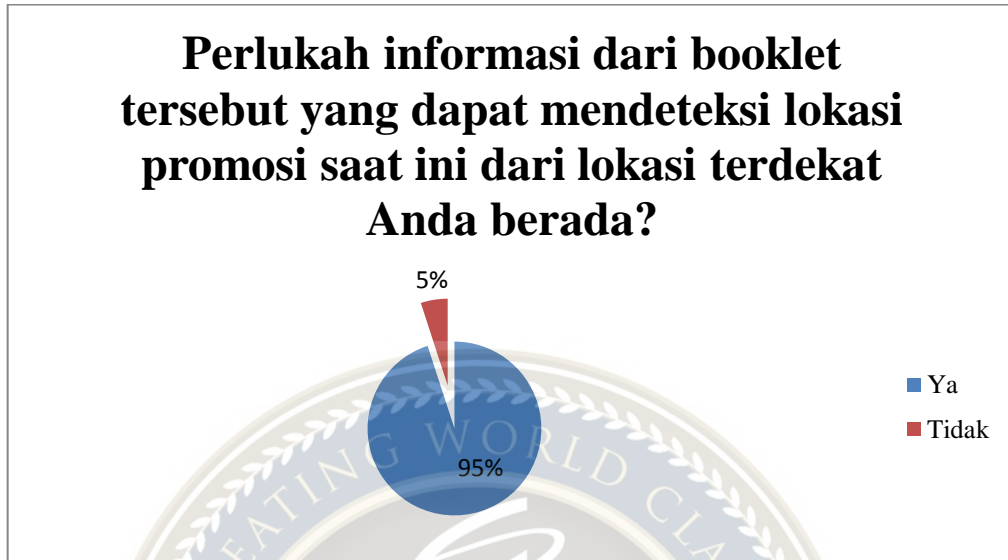
Tabel 3.11. Hasil Pertanyaan Kuesioner nomor 6



(Sumber: Data Olahan Sendiri, 2011)



Tabel 3.12. Hasil Pertanyaan Kuesioner nomor 7



(Sumber: Data Olahan Sendiri, 2011)

#### 3.1.1.10. Hasil Analisis Data

Berikut ini adalah hasil analisis yang didapat dari survei kuesioner yang didapat dilapangan, dan akan dijelaskan menjadi beberapa hal pokok dibawah ini.

1. Dari hasil pertanyaan nomor 1 dapat disimpulkan bahwa pengguna sering melihat promosi yang diberikan oleh BCA dalam bentuk *booklet*.
2. Dari hasil pertanyaan nomor 2 dapat disimpulkan bahwa *booklet* yang diberikan oleh BCA Tidak efektif dan tidak *up to date* dengan promosi yang ada di lapangan. Sehingga membutuhkan media promosi secara online.
3. Dari hasil pertanyaan nomor 3 dapat disimpulkan bahwa promo yang sering dilihat oleh pengguna adalah *Restaurant*. Pengguna menggunakan kartu kredit BCA untuk makan.

4. Dari hasil pertanyaan nomor 4 dapat disimpulkan bahwa pengguna tidak membawa *booklet* yang diberikan oleh BCA waktu pengguna bepergian.

5. Dari hasil pertanyaan nomor 5 dapat disimpulkan bahwa hal yang membuat pengguna tertarik untuk datang ke tempat promo adalah promo yang ditawarkan menarik ( *discount* besar ).

6. Dari hasil pertanyaan nomor 6 dapat disimpulkan bahwa barang yang sering pengguna bayar menggunakan kartu kredit BCA adalah makanan. Pengguna banyak menggunakan kartu kreditnya untuk makan.

7. Dari hasil pertanyaan nomor 7 dapat disimpulkan bahwa masyarakat memerlukan informasi dari *booklet* tersebut untuk mendeteksi lokasi promosi saat ini dari lokasi terdekat Anda berada. Maka *fitur Map* akan dibuat dan dapat mendeteksi lokasi pengguna dari lokasi promosi.

