

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Paradigma Penelitian

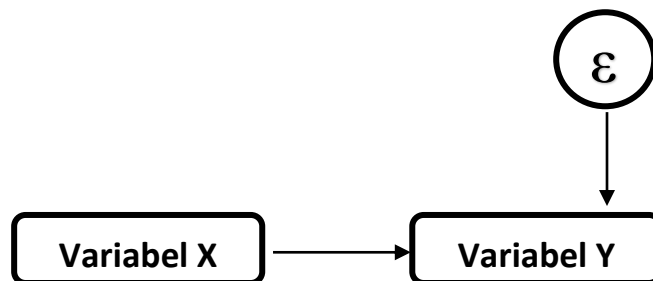
Paradigma penelitian bertujuan untuk memudahkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Menurut **Sugiyono (2017:42)** mendefinisikan bahwa “Paradigma penelitian dalam hal ini diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis.”

Paradigma penelitian dalam hal ini diartikan sebagai “pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis.”

Paradigma penelitian ini terdiri atas satu variabel independen dan dependen atau penelitian kuantitatif. Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 3.1

Paradigma Sederhana



Sumber: Metode Penelitian Bisnis Sugiyono (2017:42)

X	= Bauran Produk
Y	= Penjualan
————→	= Pengaruh
ε (Epsilon)	= Variabel lain diluar penelitian

3.1.2 Metode Penelitian yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut (**Ferdinand, 2014:74**) “Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika. Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta, atau mendeskripsikan statistik, serta untuk menunjukkan hubungan antara variabel dan adapula yang sifatnya mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman, atau mendeskripsikan banyak hal.”

Menurut **Sugiyono (2017:2)** Metode penelitian pada dasarnya merupakan “cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu **rasional, empiris, dan sistematis.**” “**Rasional** berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh panalaran manusia. **Empiris** berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan (bedakan cara yang tidak ilmiah, misalnya mencari uang yang hilang, atau provokator, atau tahanan yang

melarikan diri melalui paranormal). **Sistematis** artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.”

3.2 Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional variabel adalah penarikan atau penentuan ciri-ciri yang lebih spesifik yang dapat diamati dari suatu konsep tertentu. Menurut **Sugiyono (2017:38)** ”variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.”

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Bauran Produk (X)
Dan Penjualan(Y)

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	No. Angket	
1.	Variabel Bebas Bauran Produk (X) Kotler dan Keller (2006:16)	1. lebar	a. Jumlah Produk	1	
b. Produk Unggulan			2		
c. Rencana Jumlah produk			3		
			2. kedalaman	a. keanekaragaman produk	4
				b. ketersediaan produk	5
			3. keluasan	a. Ciri khas produk.	6
				b. Produk memiliki model yang menarik	7
				c. Ukuran produk	8

		4. konsistensi	a. <i>Packaging</i> produk b. produk sesuai dengan kebutuhan penggunaannya c. saluran distribusi	9 10 11
2.	Variabel Terikat Penjualan Basu Swastha dan Irawan (2008:406)	1. Mencapai volume penjualan tertentu	a. kesesuaian target penjualan Emdee Collection b. Jumlah penjualan yang fluktuasi	12 13
		2. Mendapatkan laba tertentu	a. Jumlah produk yang terjual melebihi target penjualan yang telah ditetapkan b. Tingkat permintaan konsumen yang berpotensi kepada peningkatan laba	14 15
		3. Menunjang pertumbuhan perusahaan	a. Sejauh mana tingginya suatu penjualan yang terjadi pada Emdee Collection. b. hasil penjualan produk sesuai dengan harapan c. penambahan cabang/ <i>outlet</i>	16 17 18

Sumber : Studi Kepustakaan, 2019

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:225), “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik sebagai berikut:

3.3.1 Data Primer

Dalam melakukan penelitian maka perlu adanya data atau informasi baik dari dalam *internal* perusahaan maupun dalam *external* perusahaan. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli yang langsung diberikan pada pengumpul data. Peneliti memperoleh data yang berhubungan dengan penulisan dengan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi Non Partisipan

Teknik pengumpulan data yang mengadakan pengamatan pada objek penelitian yang berkaitan dengan bauran pemasaran secara tidak langsung tetapi hanya berperan mengamati proses pelaksanaan kerja di objek penelitian.

b. *Interview* (Wawancara Terstruktur)

Pengumpulan data terstruktur yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi yang diperlukan bagi perusahaan dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan pemilik berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti dan disusun secara terstruktur dan sistematis, dimana peneliti menyediakan pedoman wawancara sesuai kebutuhan peneliti.

c. Angket/Kuisisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. **Sugiyono (2017:142)**”

Teknik penentuan responden adalah “teknik sensus, yaitu teknik penyebaran angket yang diberikan kepada seluruh responden yang dijadikan objek peneliatian pada Emdee Collection.” Kuesioner disebarkan kepada responden yaitu seluruh karyawan Emdee *Collection* yang berjumlah 17 orang.

Dalam hal ini daftar pertanyaan yang sudah disusun sebelumnya beserta dengan *alternative* jawabannya yang diberikan secara tertulis kepada responden guna memperoleh keterangan sehubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

Tabel 3.2
Pemberian Nilai Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2012:133)

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dari orang lain atau lewat dokumen) **Sugiyono (2017:137)**.

1. Penelitian kepustakaan

Yaitu pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan dan *literature* yang ada hubungannya dengan bauran produk terhadap penjualan.

2. Jurnal

Yaitu data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian yang dianggap relevan dengan topic penelitian

3. Internet

Yaitu dengan cara mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya ilmiah.

Penulis memperoleh data sekunder melalui penelitian kepustakaan (*Library Research*) yaitu penelitian dengan membaca beberapa buku, *literature-literature*, catatan perkuliahan, arsip, maupun catatan penting yang ada hubungannya dengan permasalahan dalam penelitian skripsi ini dan selanjutnya diolah kembali. Peneliti juga memperoleh data dari jurnal yaitu data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian yang dianggap relevan dengan topik penelitian. Dan juga internet dengan cara mencari informasi yang berkaitan dengan topik penelitian yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah, ataupun karya ilmiah.

3.4 Teknik Analisis Data

1. Analisis Skor

Analisis deskriptif masing-masing variabel didasarkan pada hasil penyebaran jawaban responden terhadap kuesioner yang diajukan (Lampiran). Analisis deskriptif dilakukan dengan melihat total skor yang dicapai dibandingkan dengan total skor ideal atau total skor maksimum.

Untuk menganalisis tingkat pencapaian yang diperoleh, maka skor atau persentase masing-masing variabel dikelompokkan kedalam lima katagori yaitu:

5-Sangat tinggi, 4-Tinggi, 3-Cukup tinggi, 2-Rendah, dan 1-Sangat rendah.

Pengelompokan didasarkan pada nilai median, kuartil, skor maksimum dan skor minimum setiap pernyataan dengan metode weight mean score. Skor maksimum setiap pernyataan adalah 5 dan skor minimum adalah 1. Jarak antara satu kuartil dengan kuartil lainnya adalah sebesar seperempat dari selisih nilai maksimum dengan nilai minimum, dengan demikian jarak antar kuartil adalah 20%. Untuk menganalisis tanggapan responden jawaban responden akan dibobotkan yaitu dengan mengalikan jumlah responden yang menjawab dengan nilai skala *likert* dari jawaban tersebut.

Setelah itu nilai bobot tersebut dibandingkan dengan nilai bobot standar untuk mengetahui penjualannya. Nilai bobot standar ini dibagi ke dalam tiga (5) rentang penilaian yaitu :

5-Sangat setuju, 4-Setuju, 3-Kurang setuju, 2-Tidak setuju, dan 1-Sangat tidak setuju.

Untuk mencari nilai bobot standar dilakukan dengan mencari panjang rentang bobot ketiga pengklasifikasian di atas. Adapun rumusnya sebagai berikut:

Skor Maximum (Bobot Maximum) = 5 x jumlah item x jumlah responden

Skor Minimum (Bobot Minimum) = 1 x jumlah item x jumlah responden

$$\text{Rentang} = \frac{\mathbf{B}_{\max} - \mathbf{B}_{\min}}{5}$$

Keterangan :

R = panjang rentang

B_{max} = bobot jawaban maximum (5)

B_{min} = bobot jawaban minimum (1)

Setelah itu pembobotan dibagi ke dalam lima (5) tingkatan berdasarkan pengklasifikasian di atas yang dimulai dari skor minimum, kemudian membandingkan nilai bobot jawaban responden dengan nilai bobot standar tersebut, maka dapat diketahui mengenai bobot penerapan bauran produk terhadap peningkatan penjualan adalah tergolong sangat tidak setuju/sangat rendah, tidak setuju/rendah, netral/cukup, setuju/tinggi dan sangat setuju/sangat tinggi.

2. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Menurut **Sugiyono (2017 : 98)**. Untuk mengukur validasi instrumen digunakan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

R = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

N = Banyaknya responden

X = Skor yang diperoleh dari keseluruhan item

$\sum x$ = Jumlah skor dalam distribusi x

$\sum y$ = Jumlah skor dalam distribusi y

$(\sum x)^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing distribusi x

$(\sum y)^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing distribusi y

Hasil dari perhitungan koefisien yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritis table korelasi $-r$, dimana derajat kebebasan (db) = $n - 2$.

Kriteria :

- a. Jika $r_{hitung} (R_h) > r_{table} (R_t)$, maka kuesioner valid
- b. Jika $r_{hitung} (R_h) < r_{table} (R_t)$, maka kuesioner tidak validitas.

3. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reabilitas adalah menguji apakah kuisisioner dapat dipercaya atau tidak. Menurut **Sugiyono (2010:354)**, “Pengujian reabilitas dengan internal *consistency* dengan teknik belah dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus *Sperman Brown*. Perhitungan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan analisis yang dikembangkan oleh *Alpha Cronbach*”. Uji reabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan pengujian reabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas instrument Metode Alpha Cronbach, sebagai berikut :

$$r = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum ai^2}{a^2} \right)$$

Dimana :

r = Koefisien reliabilitas yang dicari

k = jumlah butiran pertanyaan

$\sum ai^2$ = Varians butir-butir soal

a^2 = Varians skor tes

Langkah dalam mengerjakan rumus diatas dalam uji realibilitas sebuah instrument, yang sering banyak memakan waktu adalah perhitungan varians tiap butir soal. Semakin banyak pertanyaan yang akan semakin banyak kerja perhitungan tiap harinya. Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus berikut :

$$ai^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{8}}{8}$$

Dimana :

ai^2 = varians butir pertanyaan ke n (misalnya ke 1, 2 dst)

$\sum xi$ = jumlah skor jawaban subjek untuk butir pertanyaan ke-n

Adapun rumus yang peneliti pergunakan seperti diuraikan sebagai berikut :

a. Regresi Linier Sederhana

Menggunakan rumus regresi linier sederhana yang didasari pada hubungan operasional antara variabel terikat dengan variabel bebas, persamaan regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Subyek dalam variabel independen yang diprediksikan

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

A dan b dapat dicari dengan menggunakan rumus :

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

b. Koefisiensi Korelasi Rank Spearman

Teknik yang digunakan untuk mencari hubungan yang terjadi antara variabel yang di teliti yaitu bauran produk dan penjualan . Menurut Sidney Siegel yaitu sebagai berikut:

a. Apabila tidak ada data kembar

$$rs = 1 - \frac{6 \sum di^2}{n(n^2 - 1)}$$

Dimana:

rs = Koefisiensi Korelasi Rank Spearman

di = Selisih rank X dan rank Y

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

b. Apabila ada data kembar

$$rs = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum di^2}{2\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Dimana :

$$\sum x^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum Tx$$

$$\sum Y^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum Ty$$

Untuk mencari pemecahan $\sum Tx$ dan $\sum Ty$ selanjutnya dilakukan dengan cara sebagai berikut :

$$\sum Tx = \frac{tx^3 - tx}{12}$$

$$\sum Ty = \frac{ty^3 - ty}{12}$$

Dimana:

r_s = Koefisien Korelasi rank Spearman

$\sum X^2$ = Rank pada X setelah faktor koreksi

$$\sum Y^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum Ty \quad \sum Y^2 = \text{Rank untuk Y setelah faktor koreksi}$$

di^2 = Jumlah responden

N = Selisih dua ranking

c. Analisa Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh diantara variabel, yaitu seberapa besar pengaruh bauran produk terhadap tingkat penjualan, peneliti menggunakan rumus Koefisien Determinasi :

$$Kd = r_s^2 \times 100\%$$

Dimana:

Kd = Koefisien Determinasi

R_s = Kuadrat Koefisien Korelasi