

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan komparatif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi (*Mixed Methods*), dimana pendekatan penelitian ini mengkombinasikan atau menggabungkan antara metode penelitian kuantitatif dan metode kualitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel dan obyektif, (Sugiyono, 2014:19).

Untuk lebih jelasnya metode penelitian kombinasi merupakan pendekatan dalam penelitian yang mengkombinasikan atau menghubungkan antara metode penelitian kuantitatif dan kualitatif. Hal itu mencakup landasan filosofis, penggunaan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, dan mengkombinasikan kedua pendekatan dalam penelitian. Oleh karena itu penggunaan metode deskriptif-komparatif dalam penelitian ini yaitu untuk membandingkan data penjualan antar industri tape ketan di Desa Tarikolot Kabupaten Kuningan.

Seperti penjelasan di atas sesuai dengan rumusan masalah yang bersifat deskriptif, adapun yang di maksud dengan penelitian deskriptif yaitu satu variabel atau lebih. Metode Deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian

deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual atau akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang di selidiki. Dalam metode deskriptif, peneliti bisa membandingkan fenomena-fenomena tertentu sehingga merupakan suatu studi komparatif.

Adapun tujuan penelitian ini, pada awalnya untuk mengetahui strategi pemasaran pada industri kecil untuk meningkatkan kinerja industri sehingga dapat pengumpulan data yang akan dilakukan, pada dasarnya lebih fokus untuk memahami dan memecahkan masalah pada industri tape ketan.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi variabel dan operasionalisasi variabel penelitian merupakan variabel-variabel yang harus didefinisikan dengan jelas agar tidak terjadi pengertian berarti ganda. Definisi variabel juga menjadi batasan sejauh mana variabel penelitian dapat dipahami oleh peneliti. Dengan variabel inilah penelitian bisa diolah sehingga dapat diketahui cara pemecahan masalahnya. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, sub variabel, indikator, ukuran dan skala yang ada di dalam masing-masing variabel penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Definisi variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2017:39) variabel bebas (Independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau

yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas disimbolkan dengan simbol (X) dan simbol variabel dependen (Y).

Terdapat tiga variabel yaitu variabel bebas dua (X_1 , X_2) dan dependen satu (Y) dalam penelitian ini, dari masalah yang telah dirumuskan maka penelitian ini bermaksud mengungkapkan fakta dan mengkaji tiga variabel, yaitu:

1. Strategi Pemasaran, sebagai variabel independen (X_1)

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Sofjan Assauri (2013:15). Adapun dimensi strategi pemasaran menurut Michael Porter (2015:59) tersebut mencakup diferensiasi, biaya, fokus.

2. Bauran Pemasaran, sebagai variabel independen (X_2)

Bauran pemasaran adalah serangkaian produk alat pemasaran taktis, harga, tempat, dan promosi yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Kotler dan Armstrong (2018:77).

3. Kinerja Pemasaran, sebagai variabel dependen (Y)

Untuk meningkatkan kinerja pemasaran dilihat pada jumlah penjualan, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen pada masing-masing industri usaha tape ketan.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operational variabel merupakan suatu rancangan alat ukur yang digunakan untuk menjabarkan setiap variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator yang menjadi suatu objek. Suatu penelitian perlu untuk membuat sebuah operasionalisasi variabel penelitian agar memudahkan peneliti dalam melakukan penelitiannya. Dengan adanya operasionalisasi variabel penelitian dapat membantu peneliti dalam menentukan dimensi, indikator, ukuran dan skala yang digunakan dari setiap variabel penelitian. Selain itu, operasionalisasi variabel berguna agar penelitian ini tetap berada sesuai dengan konteks yang ada pada variabel-variabel penelitian.

Penelitian ini terdiri dari tiga pokok variabel yang akan diteliti yaitu, Strategi Pemasaran (X1), Bauran Pemasaran (X2), dan Kinerja Pemasaran (Y). Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dari Tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Jenis Data	Sumber Data
<p>Strategi pemasaran</p> <p>Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-</p>	- Diferensiasi	<ul style="list-style-type: none"> - Varian rasa - Keistimewaan - Mutu produk - Ciri khas - Gaya - Daya tahan - Keunikan 	Primer Sekunder	Pemilik Usaha

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Jenis Data	Sumber Data
<p>usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah</p> <p>Sofjan Assauri (2013:15)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Biaya - Fokus - Segmenting - Targeting - Positioning 	<ul style="list-style-type: none"> - Penghematan biaya - Persaingan kualitas - Harga Murah - Harapan biaya - Strategi pemasaran yang unggul - Di bidik sangat tepat - Produk yang unggul - Dapat diukur - Dapat diakses - Dapat ditujukan - Memiliki ukuran pasar yang cukup besar - Target pasar yang dibidik cukup besar dan akan menguntungkan - Didasarkan pada keunggulan kompetitif perusahaan - Target pasar yang dibidik sesuai dengan situasi persaingan - Bersifat unik pada merek - Pasar yang Berkelanjutan dan selalu relevan - Mencerminkan kekuatan dan keunggulan kompetitif 		
<p>Bauran Pemasaran <i>The marketing mix is the set of tactical marketing tools product, price, place, and promotion that the firm blends to produce the response it wants in the target market</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Product</i> - <i>Price</i> - <i>Place</i> - <i>Promotion</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Variasi - Kualitas - Desain - Merek - Daftar harga - Harga terjangkau - Potongan harga - Lokasi - Transportasi - Mudah ditemui - Periklanan - Humas - Penjualan personal - Tenaga penjual 	Primer Sekunder	Pemilik Usaha, Konsumen

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Jenis Data	Sumber Data
Kotler dan Armstrong (2018:77)				
Kinerja Pemasaran konstruk yang umum digunakan untuk mengukur dampak penerapan strategi perusahaan (Ferdinand, 2015:115)	<ul style="list-style-type: none"> - Volume penjualan - Kepuasan konsumen - Loyalitas pelanggan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mencapai volume penjualan - Mendapat keuntungan - Menunjang pertumbuhan perusahaan - Produk yang diharapkan. - Pelayanan yang diharapkan - Pelayanan memuaskan - Produk memuaskan 	Primer Sekunder	Pemilik Usaha, Pedagang.

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, penulis membutuhkan objek agar masalah dapat terpecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Dan untuk mempermudah pengolahan data maka penulis akan mengambil bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Dengan menggunakan sampel, peneliti akan lebih mudah mengolah data dan hasil yang didapat akan lebih kredibel, sehingga berguna untuk penyelesaian penelitian ini.

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017:80).

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah *home industry* tape ketan di Desa Tarikolot yaitu pengusaha, pedagang, dan konsumen dari masing-masing industri tape ketan, dari seluruh industri tape ketan yang di ambil sebagai populasi yaitu Tape Ketan Pamella sebagai industri dengan penjualan yang unggul dan Tape ketan Sari Asih sebagai industri tape ketan yang penjualannya rendah walaupun sebagai industri pertama yang memproduksi tape ketan.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016:118) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel disini yaitu ada tiga yaitu pengusaha, pedagang dan konsumen dari masing-masing industri tape ketan Pamella dan Sari Asih. Secara lebih rinci sampel dalam penelitian ini dapat dilihat dari Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2

Sampel

Sampel	Pamella	Sari Asih
Pengusaha	2	2
Pedagang	3	3
Konsumen	50	50

Sumber: Peneliti, 2019

Penelitian ini tidak menggunakan seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan hanya sebagian dari populasi saja. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, biaya dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus benar-benar mewakili. Untuk populasi konsumen menggunakan kuesioner, sedangkan pedagang dan pengusaha dengan wawancara.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah serangkaian cara atau metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Data yang sudah dikumpulkan selanjutnya di analisis menggunakan instrumen penelitian dan kredibilitasnya di uji melalui serangkaian uji T yang ada untuk memverifikasi dan membuktikan kebenaran data yang didapat dari hasil teknik-teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.4.1 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan beberapa metode untuk mendapatkan sumber data yang dapat membantu proses penyelesaian penelitian ini. Beberapa metode tersebut di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Merupakan data yang diperoleh secara langsung pada objek penelitian dengan cara wawancara, kuesioner, observasi dan dokumentasi. Sebagai berikut:

a. Wawancara

Teknik wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui secara lebih detail mengenai data dan informasi untuk kepentingan penelitian dengan cara melakukan sesi tanya jawab yang dilakukan secara langsung dengan pihak dua pihak pemilik dan pengelola industri tape ketan Pamela dan industri tape ketan Sari Asih.

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan alat ukur yang dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan atau pernyataan yang kemudian akan dijawab langsung oleh responden yaitu pedagang dan konsumen. Kuesioner yang dibagikan kepada pedagang masing-masing lima toko yang menjual tape ketan tersebut dan kepada responden konsumen membagikan lima puluh kuesioner pada masing-masing konsumen tape ketan Pamela dan Sari Asih, untuk mengetahui karakteristik responden dan pendapat mengenai masalah penelitian yaitu analisis komparatif strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan.

c. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sutrisno dalam Sugiyono, 2017:145). Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Proses observasi yang dilakukan dalam penelitian ini dengan mengamati secara langsung atau mengamati proses yang tidak dilakukan melalui teknik pengumpulan data lainnya, bagaimana kondisi dari objek penelitian juga melihat bagaimana kaitannya dengan masalah penelitian yang sedang dilakukan dengan cara menyusun perencanaan, mencatat secara sistematis dan dihubungkan dengan tujuan penelitian.

d. Dokumentasi

Dalam penelitian ini yang dikumpulkan dengan dokumentasi antara lain data penjualan perbulan, data produksi per hari, per bulan dan per tahun dan data pemasaran. Profil masing-masing industri tape ketan.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan yaitu merupakan pengumpulan data dengan mengumpulkan data file laporan perusahaan dan data-data lain yang berhubungan dengan penelitian yang dapat membantu proses penyelesaian penelitian, seperti :

a. Buku

Buku yang digunakan adalah yang sesuai dengan penelitian ini dan dapat membantu memperlengkap informasi mengenai landasan teori dan metode penelitian bisnis yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

b. Jurnal

Jurnal yaitu data pendukung yang berasal dari jurnal penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti lainnya dan yang berhubungan dengan penelitian yang dianggap relevan dengan topik penelitian yang peneliti lakukan. Jurnal yang di pilih yaitu jurnal internasional yang berjumlah lima belas dan jurnal nasional lima.

c. Internet

Yaitu dengan cara mencari data-data yang berhubungan dengan topik penelitian, yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal ataupun karya tulis.

3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Setelah semua data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data

berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono 2017:147). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengolahan data dan menggunakan perhitungan statistik dengan ketentuan teknik sampling. Setelah menentukan sampel dan metode penelitian yang digunakan, selanjutnya membuat rancangan analisis data dan melakukan pengujian hipotesis. Adapun rancangan analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut.

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan dua macam pengujian, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

3.5.1.1 Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data sesungguhnya yang terjadi pada objek yang diteliti. Validitas adalah sejauh mana suatu alat ukur itu menunjukkan ketepatan dan kesesuaian. Menurut Sugiyono (2017:121) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mencari nilai korelasinya peneliti menggunakan metode *Pearson Product Moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Sumber: Sugiyono (2017:183)

Keterangan:

r = Koefisien validitas item yang dicari.

x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item.

y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item.

n = Jumlah responden dalam uji instrumen.

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X.

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y.

$\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y.

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X.

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y.

Dasar mengambil keputusan:

Apabila nilai korelasi (r hitung) diatas 0,3 maka dapat dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi (r hitung) dibawah 0,3 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dibuang.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana semua alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan). Uji realibilitas pada penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS Versi 17 dengan teknik uji *alpha cronbach*. Teknik ini dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak. Berikut adalah rumus uji reliabilitas:

$$r_{11} = \left[\left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 \square} \right) \right]$$

Sumber : (Arikunto, 2013:239)

Keterangan :

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$ = Jumlah varians butir

$\sigma^2 \square$ = Varians total

Pengujian reliabilitas dengan Alpha Cronbach dapat dilihat dari nilai alpha alat ukur tersebut. Alat ukur dikatakan reliabel apabila nilai $r > 0,60$. Sebaliknya, jika nilai $r < 0,60$ maka dinyatakan tidak reliabel.

Jika instrumen itu valid, maka dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks

r_{11}

sebagai berikut :

Tabel 3.3
Uji Reliabilitas

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,799	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang/Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

(Tedi Rusman, 2013:57)

Kriteria pengujian, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan taraf signifikansi 0,05 maka

pengukuran tersebut reliabel, dan sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka pengukuran tersebut tidak reliabel.

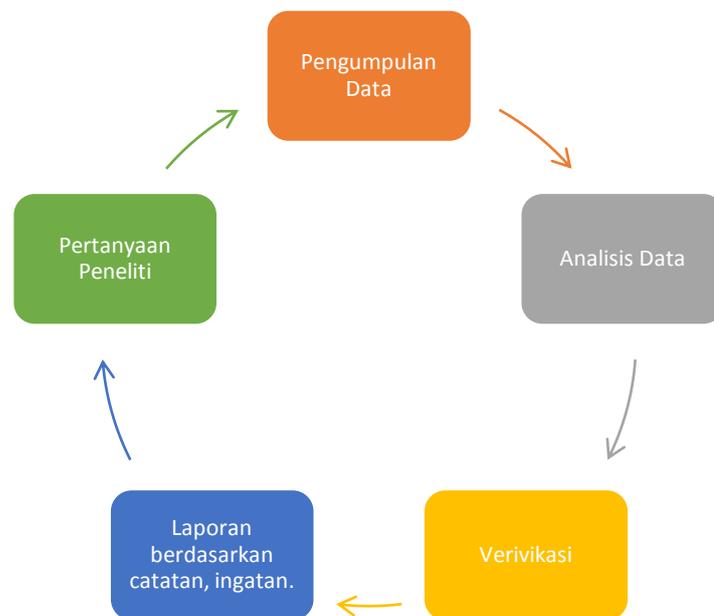
3.5.2 Teknik Analisis Data

Pendekatan analisis data yang tepat untuk penelitian ini adalah *Collaborative Social Research Approach*. Karena, pendekatan ini dapat bekerja dengan subjek dengan pengaturan tertentu untuk mendapatkan perubahan dari aktivitas yang terjadi. Menurut Djam'an Satori dan Aan komariah (2017:215) susunan aktivitas analisis yang standar dalam susunan skuel adalah sebagai berikut:

1. Data dikumpulkan dan dibuat ke dalam teks.
2. Pengembangan kode untuk identifikasi data dan di sertakan pada catatan atau halaman transkrip.
3. Kode di transformasikan kepada kategori label maupun tema.
4. Materi di sortir menurut kategori, identifikasi frase yang sama, pola, hubungan dan sejenis atau tidaknya.
5. Materi yang telah di sortir diperiksa untuk mengisolasi pola yang bermakna dan prosesnya.
6. Identifikasi pola yang di pertimbangkan dalam penelitian sebelumnya dan teori dari sejumlah generalisasi di tentukan.

Pengumpulan data berawal dari pengumpulan beberapa data yang ada di kedinasan, kritik dan informasi – informasi lainnya yang berkaitan dengan Tape Ketan Pamela dan Tape Ketan Sari Asih sebagai sebuah awal untuk menemukan gambaran awal mengenai terjadinya suatu fenomena yang di alami oleh subjek

lalu berlanjut, dimulai dengan mencari data keseluruhan usaha kecil menengah yang ada dikuningan lalu berapa jumlah pada masing-masing usaha, selanjutnya berapa pendapatan perbulan pada usaha kecil menengah tersebut kemudian dipilih untuk dijadikan objek, pada kajian yang membicarakan *home industry* yang relevan dengan penelitian yang di lakukan seperti analisis yang berkaitan dengan UMKM yang berkaitan dengan olahan industri ataupun kajian Model analisis yang akan di gunakan adalah sebagai berikut :



Gambar 3.1

Model Sirkuler Nasution

Adapun prosedur dari analisis data yang telah di peroleh dari lapangan. Menurut Nasution (dalam Djam'an Satori dan Aan komariah, 2017:217) adalah sebagai berikut :

1. Reduksi Data

Fokuskan pada hal – hal yang penting dan berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Dan data yang di peroleh di tulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci.

2. Display Data

Data yang di peroleh dapat di sajikan dalam berbagai bentuk. Seperti misalnya tabel, grafik dan sejenisnya. Jika data yang di peroleh merupakan tingkat penjualan dalam beberapa periode maka besar kemungkinan bahwa data di sajikan dalam bentuk grafik. Maka itu dilakukan untuk melihat seberapa besar perubahan yang terjadi dalam periode – periode tertentu dalam penelitian tersebut.

3. Mengambil kesimpulan dan verifikasi.

Dari semua data yang di peroleh serta fakta – fakta yang di dapat. Penulis menulis kesimpulan mengenai penelitian yang di lakukan dan menjawab juga pertanyaan – pertanyaan yang di ajukan dalam pendahuluan.

Data yang telah didapat dan telah di analisis akan menghasilkan data komperhensif. Kemudian, data tersebut akan di uji kredibilitasnya dimana pengujian tersebut di lakukan untuk menguji keabsahan data yang di temukan dalam penelitian tersebut sehingga data yang di miliki dapat di percaya ke absahannya.

3.5.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif juga dilakukan dalam penelitian ini. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden penelitian dan variabel yang ada di dalam penelitian ini. Dalam penelitian, peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependen yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Penelitian ini juga menggunakan angket (kuesioner). Untuk

pengolahan data dari hasil angket maka peneliti menggunakan metode skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena. Skala *likert* yang diukur kemudian dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan titik tolak untuk menyusun instrumen yang berupa pernyataan.

Setiap pilihan jawaban akan diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (*item positive*) atau tidak mendukung pernyataan (*item negative*). Dengan alternatif jawaban sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Skor diatas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan pernyataan positif dan negatif adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Pemberian Bobot Skor Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
		Bila Positif	Bila Negatif
1.	SS (Sangat Setuju)	5	1
2.	S (Setuju)	4	2
3.	CS (Cukup Setuju)	3	3
4.	TS (Tidak Setuju)	2	4
5.	STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber: Sugiyono (2017:94)

Untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, hitungan frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan jumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya membuat garis kontinum dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Jenjang Interval (NJI)} = \frac{\text{Nilai Tinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah kriteria pernyataan}}$$

Setelah diketahui nilai rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut ini:

Tabel 3.5
Kategori Skala

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1.	Sangat Tidak Baik	1,00 – 1,80
2.	Tidak Baik	1,81 – 2,60
3.	Cukup Baik	2,61 – 3,40
4.	Baik	3,41 – 4,20
5.	Sangat Baik	4,21 – 5,00

Sumber: Sugiyono (2017:97)

- a. Indeks minimum : 1
- b. Indeks maksimum : 5
- c. Interval : $5-1 = 4$
- d. Jarak Interval : $(5-1) : 5 = 0,8$

Statistik deskriptif dapat dilakukan untuk membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata sampel atau populasi (Sugiyono, 2016:148).

3.5.4 Uji Hipotesis Komparatif

Menguji hipotesis komparatif berarti menguji parameter populasi yang berbentuk perbandingan melalui ukuran sampel yang juga berbentuk perbandingan. Hal ini juga dapat berarti menguji kemampuan generalisasi (signifikan hasil penelitian) yang berupa perbandingan keadaan variabel dari dua sampel atau lebih tersebut dapat digeneralisasikan untuk seluruh populasi dimana sampel-sampel diambil dengan taraf kesalahan tertentu. Selanjutnya akan menggunakan komparasi dua sampel, seperti yang akan dijelaskan dibawah ini.

3.5.4.1 Komparatif Dua Sampel

Penelitian komparatif adalah penelitian yang bersifat membandingkan dua variabel atau lebih. Kedua variabel bisa berhubungan, dapat juga tidak berhubungan. Tujuan penelitian ini antara lain untuk bisa menentukan mana yang lebih baik atau mana yang sebaiknya dipilih. Dengan kata lain untuk menentukan apakah ada perbedaan antara dua kelompok populasi (sampel).

Adapun metode yang digunakan yaitu metode analisis statistik uji beda t-test. Uji beda t-test yang digunakan disini uji beda rata-rata sampel tidak berpasangan, yang digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan rata-rata (*mean*) antara dua populasi, dengan melihat rata-rata dua sampelnya. Dimana data tidak ada hubungan antara dua sampel yang akan di uji.

Rumus t-test yang digunakan untuk mengujian yaitu bila jumlah anggota sampel $n_1 = n_2$, dan varians homogen ($\sigma_1^2 = \sigma_2^2$) maka dapat digunakan rumus t-test baik untuk *separated*, *maupun pool varians*. Terdapat dua rumus t-test yang dapat digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel independen. Rumus tersebut ditunjukkan pada rumus 1 (*Separated Varians*) dan rumus 2 (*Polled Varians*), yaitu sebagai berikut:

Rumus 1 (*Separated Varians*):

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\left(\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}\right)}}$$

Rumus 2 (*Polled Varians*):

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1-1)s_1^2 + (n_2-1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

Sumber : Buku Metode Penelitian Bisnis (Sugiyono, 2017:292)

Keterangan:

\hat{x}_1 = Rata-rata sampel 1

s_2 = Simpang baku sampel 2

\hat{x}_2 = Rata-rata sampel 2

s_1 = Simpangan baku sampel 1

s_2^2 = Varians Sampel 2

Dikemukakan statistik yang digunakan untuk pengujian hipotesis komparatif yaitu untuk membandingkan dua objek atau dua perusahaan yang berbeda atau tidak berpasangan yaitu dengan uji dua pihak, bila rumusan hipotesis nol dan alternatifnya sebagai berikut:

1. H0: Tidak ada perbedaan strategi pemasaran antara tape ketan Pamela dengan tape ketan Sari Asih.
H1: Ada perbedaan strategi pemasaran antara tape ketan Pamela dengan tape ketan Sari Asih.
2. H0: Tidak ada perbedaan bauran pemasaran antara tape ketan Pamela dengan tape ketan Sari Asih.
H1: Ada perbedaan bauran pemasaran antara tape ketan Pamela dengan tape ketan Sari Asih.
3. H0: Tidak ada perbedaan kinerja pemasaran antara tape ketan Pamela dengan tape ketan Sari Asih.
H1: Ada perbedaan kinerja pemasaran antara tape ketan Pamela dengan tape ketan Sari Asih.

3.6 Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian yang akan dilakukan di home industri Tape Ketan Pamela dan Tape Ketan Sari Asih, yang bertempat di Desa Tarikolot Kecamatan Cibereum Kabupaten Kuningan. Waktu penelitian ini akan berlangsung pada bulan Maret sampai Agustus 2019.

Tabel 3.6
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan							
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
1	Survei Pendahuluan								
2	Pengajuan Judul								
3	Penyusunan Proposal								
4	SK								
5	Penyusunan Usulan Penelitian								
6	Seminar Usulan Penelitian								
7	Pelaksanaan Penelitian								
9	Penyusunan Skripsi								
10	Sidang Skripsi								
11	Revisi Skripsi								
12	Penggandaan								

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian di lakukan di satu lokasi karena informasi di dapat dari informan-informan secara personal yaitu di Desa Tarikolot, Kecamatan Cibereum, Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

3.8 Rencana Instrumen Pengumpulan Data

Rencana pengumpulan data menggunakan data wawancara dengan menyusun terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan yang akan di tanyakan kepada pemilik perusahaan mengenai strategi pasar yang di lakukan saat ini, observasi yaitu dengan melihat langsung proses kegiatan di lapangan hingga pendistribusian tape ketan yang dilakukan oleh setiap industri. Selanjutya kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa *closed question* atau *multiple choice question*. Maksudnya adalah pertanyaan yang diajukan kepada responden yang telah disediakan pilihan jawabannya. Kuesioner pada penelitian ini terdiri dari 5 skor penilaian untuk masing-masing pernyataan atau pertanyaan dimana jawaban pada sisi paling kiri merupakan jawaban sangat setuju dan jawaban pada sisi paling kanan adalah jawaban sangat tidak setuju.