

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan salah satu faktor yang tidak dapat dipisahkan dari suatu penelitian. Menurut Suharsimi Arikunto (2000:29), objek penelitian adalah variabel penelitian yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Sedangkan benda, hal, atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat dan dipermasalahkan disebut objek (Suharsimi Arikunto, 2000:116) yang menjadi objek penelitian adalah kualitas produk, promosi, lokasi, dan volume penjualan pada pengusaha café di kawasan Dago.

Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu tiga variabel *independent* dan satu variabel *dependent*. Variabel *independent* (variabel bebas) adalah kualitas produk, promosi, dan lokasi. Objek penelitian yang merupakan variabel *dependent* (variabel terikat) adalah volume penjualan.

3.2 Jenis dan Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data penelitian kuantitatif. Menurut Sugiono (2009:23) data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Menurut Sugiono (2009:23) data kuantitatif dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu diskrit dan data kontinu. Data diskrit adalah data yang diperoleh dari hasil menghitung atau membilang (bukan mengukur). Data ini sering juga disebut

dengan data nominal. Data nominal biasanya diperoleh dari penelitian yang bersifat eksploratif atau *survey*. Data kontinu adalah data yang diperoleh dari hasil pengukuran. Data kontinu dapat di kelompokkan menjadi tiga yaitu: data ordinal, interval, dan rasio.

Dilihat dari variabel X_1 (kualitas produk), variabel X_2 (promosi), dan variabel X_3 (lokasi) dan variabel Y (volume penjualan) berbentuk data interval, maka jenis penelitian ini yang digunakan adalah kuantitatif jenis kontinu.

3.2.2 Metode Penelitian

Berdasarkan variabel yang diteliti, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif yang dalam penelitian ini digunakan metode Menurut Suharsimi Arikunto (2006:8) menjelaskan bahwa “ penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa perbandingan atau menghubungkan variabel lain”. Melalui ini data-data dikumpulkan dari sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan menyebarkan angket kepada sampel pengunjung yang ada di café di kawasan dago untuk memperoleh fakta yang relevan dan *up to date* . Pengumpulan data melalui angket dilakukan langsung dilapangan. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mengetahui gambaran objek yang sedang diteliti.

Sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data dilapangan, dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah ada pengaruh yang signifikan antara

kualitas produk, promosi, dan lokasi terhadap volume penjualan pada pengusaha café di kawasan Dago.

3.3 Populasi Sampel dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Keseluruhan subjek penelitian (Suharsimi Arikunto 1998:115). Menurut Sugiono (2009:61) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik sampelnya”. Adapun populasi pada penelitian ini adalah café yang ada dikawasan Dago yang berjumlah 20 café. Menurut Sugiono (1998:62) bila jumlah populasi relatif kecil kurang dari 20 maka keseluruhan unit populasi ini diteliti atau disebut juga sebagai penelitian populasi.

3.3.2 Teknik Sampling

Menurut Sugiono (2009:62) menyatakan bahwa: “Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Ada beberapa macam teknik sampling untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability sampling*. Menurut Sugiono (2009:66) *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Dari *Nonprobability sampling* teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh. Menurut Sugiono (2009:68) “sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai

sampel”. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Jadi dalam penelitian ini digunakan sampling jenuh karena dalam penelitian ini populasinya jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 café yang ada di kawasan Dago.

3.4 Operasional Variabel

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel/ Sub variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala	Matrix
Volume penjualan (Y)	Jumlah penjualan yang berhasil dicapai oleh suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu. (Basu Swastha, 2008:136)	Besarnya volume penjualan dalam rupiah dan rata-rata perbulan	Hasil volume penjualan berdasarkan pendapat responden	Internal	Pengujian dengan kuisisioner mengenai hasil pendapatan
Kualitas produk (X ₁)	Kemampuan sebuah produk dalam memeragakan fungsi, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan, pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kotler & Amstrong (2004:238)	1. Performance (karakteristik terpenting dari produk) 2. Realibility (keandalan fungsi produk yang terjual) 3. Feature (keistimewaan dari produk yang dijual)	<ul style="list-style-type: none"> • Tampilan produk • Tingkat kehighienisan makanan • Tingkat keamanan makanan • Tingkat kemungkinan makanan yang disajikan kurang matang • Variasi makanan yang terdapat dalam daftar menu • Variasi minuman yang 	Ordinal	Pengujiannya dengan kuisisioner pada pernyataan no. 1 Pengujiannya dengan kuisisioner pada pernyataan no. 2 Pengujiannya dengan kuisisioner pada pernyataan no. 6

		<ol style="list-style-type: none"> 1. Estetika (daya tarik produk terhadap panca indra) 2. Perceived Quality (citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya) 	<p>terdapat dalam daftar menu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat aroma dari makanan & minuman yang menggugah selera • Tingkat rasa dari makanan & Minuman • Tingkat kesesuaian standar kualitas makanan dan minuman yang dijanjikan. • Tingkat kualitas makanan & minuman yang yang persepsikan oleh pengunjung 		<p>Pengujiannya dengan kuisisioner pada pernyataan no. 8</p> <p>Pengujiannya dengan kuisisioner pada pernyataan no.5</p>
Promosi (X ₂)	Promosi ialah usaha yang dilakukan oleh marketer, berkomunikasi dengan calon audiens, komunikasi adalah sebuah proses membagi ide, informasi atau perasaan audiens Buchari Alma (2007:179)".	Jumlah biaya promosi yang dikeluarkan atau terealisasi dalam tiga bulan terakhir	<ul style="list-style-type: none"> • Data diperoleh dari responden, mengenai promosi, dalam bentuk • Penyebaran brosur • Penggunaan spanduk 	Ordinal	Pengujiannya dengan kuisisioner pada pernyataan mengenai cara promosi yang dilakukan
Lokasi (X ₃)	Lokasi usaha adalah penilaian pelanggan terhadap tempat dimana orang atau fasilitas pendukung produk berada untuk memberikan produknya kepada pelanggan. Fandy Tjiptono (2000:10)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategis 2. Tidak strategis 	<ul style="list-style-type: none"> • Dekat dari pusat kota • Jauh dari pusat kota 	Ordinal	Pengujiannya dengan kuisisioner pada pernyataan mengenai tentang akses atau tempat penjualan

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengolahan data yang dikumpulkan dapat dipengaruhi oleh faktor orang/objek yang mengumpulkan data. Jika pengumpulan data melakukan sedikit kesalahan sikap wawancara misalnya, akan mempengaruhi data yang diberikan oleh responden. Oleh karena itu, peneliti harus berhati-hati dalam memperoleh data yang terkait dengan objek penelitian sehingga dapat menyimpulkan suatu penelitian tidak mengalami kekeliruan. Berikut merupakan alat pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang diangkat dalam objek penelitian.

- a. Studi literatur, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, majalah ilmiah, serta artikel guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.
- b. Observasi, mengamati kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
- c. Angket, dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada konsumen. Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman konsumen tentang produk yang ditawarkan perusahaan, serta tanggapan tentang lokasi café terhadap volume penjualan. Bentuk angket yang disebar adalah angket tertutup yaitu pada setiap pernyataan telah disediakan sejumlah alternative jawabannya untuk dipilih oleh setiap responden dengan kategori likert skala penilaian lima.

Pengolahan hasil angket digunakan untuk mengkategorikan hasil perhitungan, dengan kriteria penafsiran teknik prestasi Moh.Ali (0-100%).

- d. Wawancara, dilakukan melalui teknik komunikasi langsung kepada pihak konsumen café dan pihak perusahaan untuk memperoleh data berupa spesifikasi atau aturan standar atau strategi yang diterapkan di café.

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu penelitian. Tipe validitas yang digunakan adalah validitas isi (*validity conten*) yang menentukan validitas dengan cara membandingkan antara isi instrument akan mengukur efektivitas pelaksanaan program, maka pengujian validitas dapat dilakukan dengan membandingkan antara isi instrumen dengan isi atau rancangan yang telah ditetapkan dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh masing-masing item yang dapat berupa pertanyaan maupun pertanyaan dengan skor totalnya atau dengan mencari daya pembeda skor tiap item kelompok yang memberikan jawaban tinggi atau rendah.

Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikan berdasarkan ukuran statistik. Bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Rumus korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus product moment, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
 X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
 Y = Skor total
 $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
 $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
 $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
 $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
 n = Banyaknya responden.

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

- Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
- Item pertanyaan yang diteliti dikatakab tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Validitas instrumen dilakukan dengan bantuan program *mikrosoft excel 2007 for windows*.

Tabel 3.2
Hasil Pengujian Validitas Instrumen

No.	Item Pertanyaan	Nilai t_{hitung}	Nilai t_{tabel}	Ket
Kualitas produk X₁				
1.	Penempilan produk yang disajikan	4.368	1.725	Valid
2.	Kehygienisan produk yang disajikan	5.877	1.725	Valid
3.	Rasa yang ditawarkan	2.3141	1.725	Valid
4.	Tingkat keamanan dan kebersihan produk	3.0436	1.725	Valid
5.	Variasi produk yang disajikan	3.879	1.725	Valid
6.	Daya tahan produk	4.645	1.725	Valid
7.	Daya tarik produk	3.092	1.725	Valid
Promosi X₂				
8.	Melakukan penyebaran pamphlet/ brosur	3.671	1.725	Valid
9.	Manggunakan media pemakaian spanduk	4.38	1.725	Valid

Lokasi X ₃				
10.	Lokasi mudah dijangkau produk	1.207	1.725	Valid
11.	Lokasi dekat dengan sarana transportasi	0.722	1.725	Valid
12.	Lokasi dekat dengan sarana pembelian	3.533	1.725	Valid
13.	Jarak lokasi dengan tempat parkir	6.812	1.725	Valid
14.	Lokasi dengan pusat keramaian	2.323	1.725	Valid

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi akurasi dan prediktabilitas suatu alat ukur (kuesioner) yang dilakukan dalam waktu yang berbeda namun hasil penelitian tetap sama. Dalam uji reliabilitas digunakan metode koefisien *korelasi product moment*. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan menggunakan rumus *alpha cronbach*. Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya 1 dan 0, misalnya angket atau bentuk uraian (Suharsimi Arikunto, 2006:196)

Koefisien alpha cronbach ($C\alpha$) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrument penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien alpha cronbach lebih besar atau sama dengan 0.70 (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998:88). Rumus untuk mengukur reliabilitas, yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \cdot \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Sambas Ali, 2007:38

Dimana:

- r_{11} = Reliabilitas instrumen/koefisien alfa
- k = Banyaknya butir soal
- $\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varian butir
- σ_t^2 = Jumlah responden

Sedangkan rumus variannya adalah:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Sambas Ali, 2007:38

Dimana:

σ^2 = Varian total

$\sum x^2$ = Jumlah skor

N = Jumlah responden

Setelah diperoleh r_i hitung maka selanjutnya untuk dapat diputuskan instrumen tersebut reliabel atau tidak, maka bauran promositersebut dikonsultasikan dengan r_{tabel} , dengan taraf kesalahan 10%. Jika r_i hitung lebih besar dari r_{tabel} , maka dapat disimpulkan instrumen keputusan pembelian tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian, perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan menggunakan program *Microsoft Excel 2007 for windows*.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Maka dari itu penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan skala pengukuran semantik, karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu ingin mengetahui pengaruh variabel penelitian Kualitas Produk, Promosi, Lokasi (X), dan Volume Penjualan (Y).

Skala pengukuran semantik yaitu metode penulisan yang disusun dengan menggunakan rangkaian kata sifat yang bertentangan (bipolar) serta memiliki unsur evaluasi potensi unsur aktivitas. Dalam kerangka skala beda semantik,

skoring dapat dilakukan dengan menggunakan empiris yaitu meneliti analisis faktor/konvensi, yaitu skor ditetapkan sendiri oleh peneliti.

3.7.1 Analisis Korelasi

Model analisa data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan untuk menguji kebenaran dari dugaan sementara digunakan model sebagai berikut:

Persamaan Regresi Linier Ganda

$$Y = a_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

- Y = Volume Penjualan
- X₁ = Kualitas produk
- X₂ = Promosi
- X₃ = Lokasi
- a = Konstanta
- b₁ = Koefisien Regresi biaya promosi
- b₂ = Koefisien Regresi lokasi

3.7.2 Uji Koefisien Determinasi

Gujarati (2003:81) mengemukakan bahwa “*the coefficient of determination r^2 (two variabel case) or R^2 (multiple regression) is a summary measure that tell show well the sample regression line fits the data* “. R^2 mengukur persentase total variansi dalam Y yang dijelaskan oleh metode Regresi.

Nilai R sendiri adalah nilai koefisien korelasi (r). nilai ini digunakan untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan pengaruh. Menentukan besarnya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama atau menyeluruh terhadap variabel Y.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, promosi dan lokasi usaha sebagai variabel X terhadap volume penjualan sebagai variabel Y. maka digunakan koefisien determinasi (kd) sebagai berikut:

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

Dimana:

Kd = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

(Sumber: sogiyono 2008:154)

3.8 Pengujian Hipotesis

3.8.1 Uji F Statistik

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Merumuskan hipotesis statistik:

- (1) $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ artinya X_1, X_2, X_3 dan X_4 secara simultan (bersama-sama) tidak berpengaruh signifikan terhadap Y.
- (2) $H_a: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 \neq 0$ artinya X_1, X_2, X_3 dan X_4 secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap Y.

(Sudjana, 1996:355)

Kaidah pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- 2) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima

Kaidah pengambilan keputusan dalam Uji-F dengan menggunakan SPSS adalah:

- 1) Jika Probabilitas > 0.05 , maka H_0 diterima, H_a ditolak
- 2) Jika probabilitas < 0.05 maka H_0 ditolak, H_a diterima

3.8.2 Uji t Statistik

Uji t Parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual.

- a) Merumuskan hipotesis statistik

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Sudjana, 1992:380)

- (1) $H_0: \beta_1 = 0, i = X_1, X_2$, artinya X_1 dan X_2 secara parsial (sendiri-sendiri) tidak berpengaruh signifikan terhadap Y .
- (2) $H_a: \beta_1 \neq 0, i = X_1, X_2$, artinya X_1 dan X_2 secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh signifikan terhadap Y .

- b) Kaidah pengambilan keputusan

- (1) Terima H_0 , jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
- (2) Tolak H_0 , jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

Kaidah pengambilan keputusan dalam Uji-t dengan menggunakan SPSS adalah:

- 1) Jika probabilitas > 0.05 , maka H_0 diterima, H_a ditolak.
- 2) Jika probabilitas < 0.05 maka H_0 ditolak, H_a diterima.

(Sudjana, 1996:388)