

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah usaha kecil makanan dan minuman di wilayah Kota Cimahi sebanyak 30 usaha kecil yang tergabung dalam kelompok usaha Asosiasi industri kecil menengah agro (AIKMA) yang terletak Jl. Margaluyu Gg. Margayudha No. 31 RT 06 RW 02 Telp. (022) 6658168 Kota Cimahi.

Adapun subjek yang menjadi variabel independent (X) dalam penelitian ini adalah Perilaku Kewirusahaan, Promosi Dan Saluran Distribusi yang mempengaruhi variabel dependent (Y) yaitu Pendapatan.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis”.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik. Menurut Winarno (1998: 140), “Suatu metode penelitian yang bermaksud untuk membuat suatu gambaran atau deskripsi tentang pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang dengan jalan mengumpulkan data, menyusun dan menginterpretasikan data tersebut atau memfokuskan pada masalah yang terjadi dan memerlukan pemecahan melalui analisis tertentu”.

Metode penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi untuk diteliti dan diolah menjadi sumber data agar bisa diketahui dan diharapkan dapat menyimpulkan sesuatu dari hasil data tersebut untuk dapat memecahkan suatu masalah.

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini ada tiga variabel yang akan dibahas sebagai objek penelitian yaitu Perilaku Kewirausahaan sebagai variabel  $X_1$ , Promosi sebagai  $X_2$  dan Saluran Distribusi sebagai  $X_3$ . Dan Pendapatan sebagai variabel  $Y$ .

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala
Pendapatan (Y)	Pendapatan secara umum sebagai hasil dari suatu perusahaan, diukur dalam satuan harga pertukaran yang berlaku. Pendapatan diakui setelah kejadian penting atau setelah proses penjualan pada dasarnya telah diselesaikan. Eldon s. Hendriksen (2000:347)	Jumlah rata-rata pendapatan yang di peroleh produsen/bulan, selama 6 bulan terakhir.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jumlah pendapatan bulan Januari sampai dengan Juni 2011 dalam satuan Rupiah.</li> </ul>	Interval
Perilaku kewirausahaan ( $X_1$ )	Seseorang yang percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambil resiko, kepemimpinan, keorisinilan dan berorientasi ke masa depan. Buchari Alma	1. Jumlah skor perilaku kewirausahaan berdasarkan indikator Percaya diri	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percaya diri dalam membuat produk</li> </ul>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak mudah putus asa</li> </ul>	Ordinal
		2. Jumlah skor perilaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memiliki semangat yang kuat</li> </ul>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan evaluasi</li> <li>Melakukan administrasi</li> </ul>	Ordinal

	(2009:52)	kewirausahaan berdasarkan indikator Berorientasi pada tugas dan hasil	yang baik	
			• Dapat menemukan ide baru	Ordinal
			• Dapat membuat produk baru	Ordinal
		3. Jumlah skor perilaku kewirausahaan berdasarkan indikator Pengambilan resiko	• Mampu membuat keputusan	Ordinal
			• Menyukai tantangan	Ordinal
		4. Jumlah skor perilaku kewirausahaan berdasarkan indikator Kepemimpinan	• Komunikasi dengan karyawan, pelanggan, dan instalasi yang terkait	Ordinal
			• Bekerja sama dengan baik	Ordinal
			• Selalu belajar dan konsultasi dengan yang lain	Ordinal
			• Dapat menerima kritik dan saran	Ordinal
		5. Jumlah skor perilaku kewirausahaan berdasarkan indikator Berorientasi ke masa depan	• melakukan evaluasi untuk perbaikan di masa depan	Ordinal
			• selalu memperhitungkan peluang yang ada	Ordinal
			• merencanakan hal-hal yang akan dilakukan untuk jangka panjang	Ordinal
Promosi (X <sub>2</sub> )	Suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi	1. Jumlah skor promosi berdasarkan indikator Iklan	• menggunakan media iklan yang tepat	Ordinal
			• iklan dapat dimengerti oleh calon konsumen	Ordinal
			• memperluas jangkauan penyebaran iklan	Ordinal

	mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Djaslim saladin (2003 : 123)	2. Jumlah skor promosi berdasarkan indikator Promosi Penjualan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• potongan harga (diskon)</li> <li>• ikut acara pameran/bazar</li> <li>• memberikan penjelasan tentang produk.</li> </ul>	Ordinal
		3. Jumlah skor promosi berdasarkan indikator Hubungan Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• menciptakan citra baik perusahaan pada masyarakat.</li> <li>• menjadi sponsor dalam acara masyarakat.</li> </ul>	Ordinal
Saluran distribusi (X <sub>3</sub> )	Merupakan keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan. Fandy Tjiptono (2004)	1. Jumlah skor saluran distribusi berdasarkan indikator Produsen - Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• menjual produk langsung kepada konsumen.</li> </ul>	Ordinal
		2. Jumlah skor saluran distribusi berdasarkan indikator Produsen - Pengecer - Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• menjual produk melalui pengecer diteruskan kepada konsumen.</li> </ul>	Ordinal
		3. Jumlah skor saluran distribusi berdasarkan indikator Produsen - Grosir - Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• menjual produk melalui grosir diteruskan kepada konsumen.</li> </ul>	Ordinal

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2010:61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dititik kesimpulannya.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti itu. Populasi penelitian dilakukan pada seluruh usaha kecil di Wilayah Kota Cimahi.

#### **3.4.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2010:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Oleh karena itu yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah keseluruhan dari populasi yaitu 30 Usaha kecil. Dan yang dijadikan objek dalam penelitian ini yaitu sejumlah usaha kecil yang ada di Wilayah Kota Cimahi.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, penulis menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, diantaranya :

a. Observasi

Teknik ini dilakukan melalui peninjauan secara langsung ke usaha-usaha kecil yang digunakan sebagai objek penelitian guna memperoleh data tentang hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

b. Studi Literatur

Teknik ini dilakukan untuk memperoleh data dengan cara membaca dan mempelajari buku, makalah, majalah ilmiah dan lain-lain guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

c. Kuisisioner/angket

Teknik ini dilakukan melalui penyebaran angket kepada responden yaitu karyawan guna memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian.

d. Wawancara

Teknik ini dilakukan dengan cara tanya jawab dengan pihak-pihak yang diperkirakan mengetahui seluk beluk objek penelitian dan dapat membantu penulis dalam melengkapi data.

### 3.6 Jenis dan Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dimana data tersebut diperoleh. Dalam penelitian ini menggunakan dua data, yaitu data secara langsung (data primer) dan data tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian. Berdasarkan sumbernya, data dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

1. Data Primer (*Primary Data Source*)

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi, dengan cara mewawancarai dan membagikan kuisioner kepada karyawan agar diisi kuisioner tersebut, serta melihat langsung cara kerja seluruh karyawan pada saat mereka bekerja.

2. Data Sekunder (*Secondary Data Source*)

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal).

### 3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### 3.7.1 Uji Validitas

Sugiyono (2009: 348), “instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur”.

Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *Product Moment* yang digunakan oleh Pearson sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum X \cdot Y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)} \cdot \sqrt{(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Sugiyono (2009: 228)

Dimana :

$R_{xy}$  = 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 dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2009:354), "pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan tes-tes (stability, equivalent, dan gabungan keduanya).

Setelah nilai-nilai diperoleh maka dengan teknik korelasi produk moment dapat dihitung nilai r sebagai nilai untuk mengukur reliabilitas instrument terhadap pendapatan usaha kecil makanan dan minuman di wilayah Kota Cimahi.

Sugiyono (2009: 365), "pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, untuk mencari reliabilitas instrumen, misalnya angket". Untuk mengukur reliabilitas tersebut menggunakan rumus:

$$r_i = \frac{k}{(k - 1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Sugiyono (2009: 365)

Keterangan:

$r_i$  = Reliabilitas instrument/ koefisien alfa

k = Banyaknya butir soal

$\sum s_i^2$  = Jumlah varian butir soal

$S_t^2$  = Varian total

Sedangkan rumus variannya adalah:

$$St^2 = \frac{\sum Xt^2}{n} - \frac{(\sum Xt)^2}{n^2}$$

$$Si^2 = \frac{Jki}{n} - \frac{Jks}{n^2}$$

Sugiyono (2009: 365)

Keterangan:

Jki = Jumlah kuadrat seluruh skor item

Jks = Jumlah kuadrat subjek

n = Jumlah responden

Setelah diperoleh nilai *rhitung*, selanjutnya untuk dapat diputuskan instrumen tersebut reliable atau tidak, maka nilai tersebut dikonsultasikan dengan *rtabel* dengan taraf kesalahan 5%. Jika *rhitung* dari *rtabel* untuk kesalahan taraf 5% ataupun 1% maka dapat disimpulkan instrumen pendapatan tersebut reliable dan dapat digunakan untuk penelitian.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dari hasil kuesioner diolah dalam tiga langkah. Langkah pertama yang dilakukan yaitu persiapan dengan cara mengumpulkan data dan memeriksa kebenaran cara pengisian. Setelah itu melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memeriksa nilai sesuai skala semantik. Kemudian penerapan data pada pendekatan penelitian yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian.

Dengan kata lain setelah data terkumpul, kemudian dilakukan analisis secara kuantitatif, yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif, maka dari itu penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan skala pengukuran likert dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data regresi linier berganda.

Sugiyono (2009: 275), “regresi linier berganda digunakan oleh peneliti bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variable dependent, bila dua atau lebih variable independent sebagai faktor prediktor dimanupulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variable independennya minimal berjumlah dua.

Dengan demikian dalam penelitian ini, karena variabel independennya berjumlah tiga maka digunakan teknik analisis regresi linier berganda, yaitu :

1. Menentukan hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independent ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) dengan bentuk model yang digunakan adalah rumus persamaan regresi untuk empat prediktor, yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = variable dependent, pendapatan

a = nilai Y pada saat  $X = 0$  atau konstanta

$b_1$  = angka arah regresi atau koefisien regresi  $X_1$

$b_2$  = angka arah regresi atau koefisien regresi  $X_2$

$b_3$  = angka arah regresi atau koefisien regresi  $X_3$

$X_1$  = variable independent, Perilaku Kewirausahaan

$X_2$  = variable independent, Promosi

$X_3$  = variable independent, Saluran distribusi

Setelah nilai  $a$ ,  $b_1$ ,  $b_2$ , dan  $b_3$  diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah menghitung korelasi ganda masing-masing variable independent dengan variable dependent, dengan rumus sebagai berikut:

$$\sum X_1Y = b_1\sum X_1^2 + b_2\sum X_1X_2 + b_3\sum X_1X_3$$

$$\sum X_2Y = b_1\sum X_1X_2 + b_2\sum X_2^2 + b_3\sum X_2X_3$$

$$\sum X_3Y = b_1\sum X_1X_3 + b_2\sum X_2X_3 + b_3\sum X_3^2$$

$$a = \bar{Y} - b_1\bar{X}_1 - b_2\bar{X}_2 - b_3\bar{X}_3$$

Sugiyono (2009: 283-284)

- Setelah harga  $a$ ,  $b_1$ ,  $b_2$ , dan  $b_3$ , diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menghitung korelasi ganda masing-masing variabel independent dengan variabel dependent dengan rumus :

$$R_{yx1x2x3} = \sqrt{\frac{rx1y+rx2y+rx3y-2rx1y.rx2y.rx3y.rx1x2x3}{1-(rx1x2x3)^2}}$$

Sugiyono (2009: 233)

Keterangan :

$R_{yx1x2x3}$  = korelasi antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$

secara bersama-sama dengan variabel Y.

$rx_1y$  = korelasi produk moment antara  $X_1$  dengan Y

$rx_2y$  = korelasi produk moment antara  $X_2$  dengan Y

$rx_3y$  = korelasi produk moment antara  $X_3$  dengan Y

Dimana :  $rx_y$  = korelasi antar variabel X dengan Y

$$X = (X_1 - \bar{X})$$

$$Y = (Y_1 - \bar{Y})$$

Setelah diadakannya pengujian yang signifikan terhadap korelasi ganda, maka selanjutnya untuk uji signifikan koefisien korelasi ganda dicari *Fhitung* dulu, kemudian dibandingkan dengan *Ftabel*, dimana untuk mencari *Fhitung* dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Fh = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Sugiyono (2009: 235)

Keterangan :

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independent

n = Jumlah anggota sampel

Sugiyono (2009: 231), untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sugiyono (2009: 231)

### 3.9 Uji Hipotesis

Untuk mencari antara hubungan dua variabel atau lebih dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antar variabel yang akan dicari hubungannya. Korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih.

Objek penelitian yang menjadi variabel independent yaitu Perilaku Kewirausahaan ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ) dan Saluran Distribusi ( $X_3$ ) sedangkan variabel dependennya pendapatan ( $Y$ ), dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan melalui perhitungan analisis regresi linier ganda untuk ke empat variabel tersebut.

#### 3.9.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu angka yang menunjukan besarnya derajat kemampuan yang menerangkan variabel terhadap variabel terikat dari fungsi tersebut.

Dengan cara simultan variabel X dan Y dapat dihitung dengan koefisien determinasi secara simultan melalui rumus:

$$R^2 = \frac{\text{jumlah kuadrat regresi (JKR)}}{\text{jumlah kuadrat Total}}$$

Besarnya nilai kuadrat  $R^2$  diantaranya nol dan satu ( $0 < R^2 < 1$ ) dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika  $R^2$  semakin mendekati angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat semakin erat atau dekat dengan kata lain model tersebut dapat nilai baik.
- Jika  $R^2$  semakin jauh angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat jauh atau tidak erat atau dengan kata lain model tersebut dapat dinilai kurang baik

### 3.9.2 Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Untuk uji hipotesis, dilakukan Uji F statistik dengan rumus :

$$Uji F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Sugiyono (2009: 235)

Untuk menerima atau menolak hipotesis adalah:

$H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , dan

$H_0$  ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$

Tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0,05 pada taraf signifikansi 95%.

### 3.9.2 Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Untuk uji hipotesis, dilakukan uji t statistik dengan rumus :

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

Sugiyono (2009: 230)

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan menguji nilai thitung. Uji t bertujuan untuk menguji tingkat signifikan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Kriteria untuk menolak atau menerima hipotesis, pada tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0,05 pada taraf signifikansi 95%.

- Jika  $thitung > ttabel$ , maka  $H_0$  diterima dan menolak  $H_a$  yang artinya koefisien korelasi berganda yang dihitung signifikan.
- Jika  $thitung < ttabel$ , maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , yang artinya koefisien korelasi berganda yang dihitung tingkat signifikan dan menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial.