

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Dalam melaksanakan penelitian, setiap orang selalu memerlukan sebuah objek penelitian. Karena hal ini diperlukan untuk memecahkan atau menunjang keberhasilan penelitian.

Dalam penelitian ini yang akan dijadikan lokasi penelitian adalah **Kitchen Banquet** Hotel Horison Bandung Dan yang menjadi objek penelitiannya adalah Harga, Biaya Promosi dan Volume Penjualan. Data yang digunakan yaitu volume penjualan (*forecast banquet*) pertahun hanya penjabarannya per caturwulan dalam periode lima tahun terakhir, yaitu dari tahun 2004, 2005, 2006, 2007, dan 2008.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Penelitian ini membahas tentang *kitchen banquet* Hotel Horison Bandung. Oleh karena itu metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik.

Metode deskriptif analitik yaitu metode penelitian yang menekankan kepada usaha untuk memperoleh informasi mengenai status atau gejala pada saat penelitian, memberikan gambaran-gambaran terhadap fenomena-fenomena, juga lebih jauh menerangkan hubungan, pengujian hipotesis serta mendapatkan makna dari implikasi suatu masalah yang diinginkan.

Selanjutnya terkait dengan metode deskriptif analitik ini **M. Nasir (1999 : 64)** berpendapat bahwa :

“Metode penelitian deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat akan situasi-situasi tertentu termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.” Metode ini digunakan untuk berusaha meneliti dan mengungkapkan fenomena yang ada dari objek penelitian di Hotel Horison Bandung, dengan cara melalui wawancara dan observasi.

Adapun ciri-ciri dari metode penelitian deskriptif analitik adalah tidak hanya memberikan gambaran saja terhadap suatu fenomena tetapi juga menerangkan hubungan-hubungan, menguji hipotesa-hipotesa, membuat prediksi serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu permasalahan yang ingin dipecahkan.

Langkah-langkah umum yang akan ditempuh dengan metode ini merujuk kepada yang diungkapkan oleh **M. Nasir (Herlan, 2004 : 77)** sebagai berikut:

1. Memilih dan merumuskan masalah yang berhubungan dengan volume penjualan
2. Menentukan tujuan yang berhubungan dengan masalah penelitian.
3. Memberikan limitasi dari area atau scope atau sejauh mana penelitian deskriptif analitik ini dilakukan. Dalam penelitian ini scope penelitian tentang harga, biaya promosi, volume penjualan ( *forecast banquet* )

di **kitchen banquet** pada Hotel Horison Bandung pada periode lima tahun terakhir yaitu tahun 2004, 2005, 2006, 2007, dan 2008

4. Merumuskan kerangka teori yang relevan dengan masalah yang berhubungan dengan variabel penelitian.
5. Menelusuri sumber-sumber keputusan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.
6. Merumuskan hipotesis atau jawaban dugaan penelitian.
7. Melakukan studi lapangan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan
8. Membuat tabulasi serta analisa statistik yang sesuai dengan masalah dan karakteristik data.
9. Melakukan uji hipotesis, uji F dan uji t serta regresi linear berganda hal tersebut bertujuan supaya teknik analisa data yang digunakan sesuai serta memperoleh hasil yang tepat.
10. Menganalisa data yaitu untuk mengetahui pengaruh serta hubungan antar variabel dengan teknik analisa data yang sesuai.
11. Melakukan pengujian hipotesis.
12. Merumuskan generalisasi hasil penelitian.
13. Menyusun laporan penelitian.

### **3.3 Operasionalisasi Variabel**

Operasionalisasi variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan

kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur kontrak atau variabel tersebut (Nazir, 1999:33). Terdapat tiga variabel yang menjadi kajian dari penelitian ini antara lain :

- a. Pengaruh Harga dan Biaya Promosi sebagai variabel bebas (*independent variable*)
- b. Volume Penjualan sebagai variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel Bebas (*Independent Variable*) adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain yang tidak bebas (*Dependent Variable/terikat*) sedangkan Variabel Terikat (*Dependent Variable*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain (*Independent Variable/bebas*). Suharsimi Arikunto Untuk memperjelas variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini penulis akan menjabarkannya secara operasional. Operasionalisasi variabel tersebut dapat dijabarkan dalam tabel sebagai berikut:

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

1	2	3	4	5
Variabel	Konsep Teori	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala
<b>Volume Penjualan (Y)</b>	Jumlah produk yang berhasil dijual pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode tertentu. Tercapainya target perbedaan antara pendapatan total suatu usaha atau penerimaan penjualan dengan jumlah biaya produksi, biaya operasi dan pajak	volume penjualan produk atau jasa dalam jangka panjang akan tergantung pada serangkaian factor pemasaran yang paling mendasar, yaitu: 1. Mutu 2. Harga 3. Market /pemasaran 4.Nilai	Data berupa tabel yakni besarnya volume penjualan Forecast Banquet selama 5 tahun yang diperoleh dari Departemen Marketing dan <i>Chef Office</i> atas rujukan <i>Cost Control</i> Departemen	Interval
<b>Biaya Promosi (X2)</b>	“Biaya promosi termasuk ke dalam order getting cost yaitu semua biaya yang dikeluarkan dalam usaha untuk memperoleh pesanan”. <b>Mulyadi</b> (2002:230)	Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk 1.Menginformasikan Produk, atau F&B berupa pamflet, brosur, spanduk maupun internet  2.Persuading (membujuk sasaran pasar)  3.Mengingatkan (remaining)	Data berupa tabel promosi dan biaya promosi yang diperoleh dari Departemen marketing, <i>Chef Office</i> dan <i>Kitchen Banquet Office</i>	Interval
<b>Harga per pack (X1)</b>	Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk/jasa atau pertukaran nilai konsumen untuk mendapatkan manfaat dari memiliki/ menggunakan produk/jasa. <b>(Kotler &amp; Armstrong, 2004:345)</b>	Besarnya Harga per pack makanan yang dikeluarkan departemen kitchen banquet kepada calon pelanggan	Data harga per pack yang diperoleh dari Departemen marketing yang selanjutnya diolah oleh Departemen Cost control dan Departemen Accounting	Interval

### 3.4 Penyusunan Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan alat bantu yang digunakan dalam pengumpulan data pada suatu penelitian. Dalam penelitian ini karena sifat penelitian kuantitatif

(paradigma ilmiah) dengan jenis data sekunder, maka bentuk instrumen yang digunakan adalah catatan dokumentasi dan observasi yang berarti mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada.

Dalam catatan dokumentasi dan observasi ini, peneliti membuat instrumen ke dalam bentuk daftar tabel data. Tabel tersebut memuat catatan variabel-variabel yang diteliti yang meliputi harga, biaya promosi dan volume penjualan. Adapun kisi-kisi instrumen penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

VARIABEL PENELITIAN	SUMBER DATA	METODE	INSTRUMEN
Variabel Bebas :			
1. Harga <i>Per pack</i>	Departemen Accounting, Cost control dan Marketing	Dokumentasi	Data harga per pack yang diperoleh dari Departemen marketing yang selanjutnya diolah oleh Departemen Cost control dan Departemen Accounting
2. Biaya Promosi	Marketing Departemen	Dokumentasi	Data berupa tabel promosi dan biaya promosi yang diperoleh dari Departemen marketing, Chef Office dan Kitchen Banquet Office
Variabel Terikat :			
3. Volume penjualan	Departemen Cost Control	Dokumentasi	Data berupa tabel yakni besarnya volume penjualan Forecast Banquet selama 5 tahun yang diperoleh dari Departemen Marketing dan <i>Chef Office</i> atas rujukan <i>Cost Control</i> Departemen

### 3.5 Sumber dan Jenis Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang bersifat kuantitatif yang menggambarkan harga, biaya promosi dan volume penjualan dari Hotel Horison Bandung selama 5 tahun periode 2004 sampai dengan 2008. Oleh karena memasukan unsur waktu, maka penelitian ini bersifat dinamis dan datanya dapat berupa *time series*.

Data yang digunakan untuk variabel bebas dan variabel terikatnya yang ada pada Hotel Horison Bandung tahun 2004 sampai dengan tahun 2008.

Menurut **Arikunto (1993 : 102)** yang dimaksud dengan sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Adapun sumber data dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Forecast Banquet
- b. Marketing Departement
- c. Cost Control Departement
- d. Sumber-sumber lainnya seperti Buku yang berkaitan dengan variabel yang diteliti, dan karya ilmiah yang relevan.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data dan dokumen-dokumen yang sudah ada serta berhubungan dengan variabel penelitian, tujuan digunakannya teknik studi dokumenter ini adalah untuk meneliti, mengkaji, dan



menganalisa dokumen-dokumen yang ada dan berkaitan dengan penelitian, seperti laporan *forecast banquet* yang berada di *marketing office* dan *cost control office*, kemudian harga dan biaya promosi yang berada di bagian *chef office* dan *marketing office*

2. Wawancara, penulis langsung mengadakan tanya jawab langsung dengan nara sumber yang relevan dan dapat dipercaya.

### **3.7 Teknik Pengolahan data**

Untuk memperoleh hasil yang diharapkan, maka pengolahan data dilakukan dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menyeleksi data yang telah diperoleh untuk memeriksa tingkat kesempurnaannya, diseleksi sesuai dengan keperluan
2. Mentabulasi data, data yang telah diseleksi kemudian dimasukkan kedalam tabel untuk diketahui perhitungannya berdasarkan aspek yang dijadikan variabel penelitian
3. Menghitung ukuran-ukuran karakteristik berdasarkan variabel penelitian
4. Melakukan pengujian hipotesis

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Tehnik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu mengetahui pengaruh variabel penelitian harga (X1), dan Biaya



Promosi (X<sub>2</sub>) terhadap Volume Penjualan (Y). Hal ini dilakukan untuk dapat menguji pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

### 3.8.1 Rancangan Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah alternatif dugaan jawaban yang dibuat oleh peneliti bagi problematika yang diajukan dalam penelitiannya. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Dengan kedudukannya itu maka hipotesis akan berubah menjadi kebenaran, akan tetapi juga dapat tumbang sebagai kebenaran.

Tujuan peneliti mengajukan hipotesis adalah agar dalam kegiatan penelitiannya, perhatian peneliti terfokus hanya pada informasi atau data yang diperlukan bagi pengujian hipotesis. Untuk pengujian hipotesis, penelitian dilakukan dengan mengambil nilai-nilai statistik yang perlu dihitung kemudian di bandingkan dengan kriteria tertentu.

#### 1. Penetapan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 95% ( $\alpha = 0,05$ ) dan merupakan tingkat signifikansi yang sering dipakai dalam ilmu-ilmu sosial untuk menunjukkan korelasi antara variabel yang cukup nyata  $\alpha = 0,05$  artinya hasil penelitian bisa dipertanggungjawabkan bila kekeliruan dalam proses penelitian besarnya tidak lebih dari 5%, dengan kata lain kira-kira 95% peneliti yakin bahwa kesimpulan yang dibuat adalah benar.

## 2. Penetapan Hipotesis

Selanjutnya hipotesis penelitian yang akan diuji adalah sebagai berikut:

1.  $H_0: b_1 = 0$  ; Tidak terdapat pengaruh antara harga dan biaya promosi ( $X_1$ ) terhadap Volume Penjualan **Kitchen Banquet** di Hotel Horison Bandung (Y).

$H_1: b_1 \neq 0$  ; Terdapat terdapat pengaruh antara harga dan biaya promosi ( $X_1$ ) terhadap Volume Penjualan **Kitchen Banquet** di Hotel Horison Bandung (Y).

2.  $H_0: b_2 = 0$  ; Tidak terdapat pengaruh antara biaya promosi ( $X_2$ ) terhadap Volume Penjualan **Kitchen Banquet** di Hotel Horison Bandung (Y).

$H_1: b_2 \neq 0$  ; Terdapat terdapat pengaruh antara biaya promosi ( $X_2$ ) terhadap Volume Penjualan **Kitchen Banquet** di Hotel Horison Bandung (Y).

### 3.8.2 Menentukan Persamaan Regresi Linier Ganda

$$Y = a_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots\dots\dots b_nX_n \text{ (Sudjana, 1996:235)}$$

a. Menentukan hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen ( $X_1, X_2$ ) dengan bentuk model yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Volume Penjualan

a = Konstanta

$b_1, b_2$  = koefisien regresi

$X_1$  = Harga

$X_2$  = Biaya Promosi

### 3.8.3 Menguji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) ini merupakan angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan menerangkan variabel bebas terhadap variabel terikat dari fungsi tersebut. Pengaruh secara simultan antara variabel X terhadap variable Y dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Koefisien Determinasi =  $R^2 \times 100\%$

Perhitungan koefisien determinasi ini, dilakukan penulis dengan menggunakan program SPSS 17

Untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independent menentukan variabel devendent maka dilakukan uji determinasai dengan rumus:

$$R = \frac{\sum(\hat{y} - \bar{y})^2}{\sum(y_1 - \bar{y})^2} \quad (\text{Gujarati, 1997:45})$$

### 3.8.4 Uji F statistik

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara keseluruhan (simultan) digunakan uji F dengan formula sebagai berikut

Pengujian Koefisien Regresi secara Simultan (uji F)

Hipotesis di uji juga dengan uji  $F_{hitung}$  dengan rumus

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)} \quad (\text{Sudjana, 1996:385})$$

Kriteria: Untuk menerima atau menolak hipotesis.  $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan menolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0.05, pada taraf signifikansi 95%..

### 3.8.5 Uji t statistik

Sedangkan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial digunakan uji t, dengan formula sebagai be

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

Dimana :

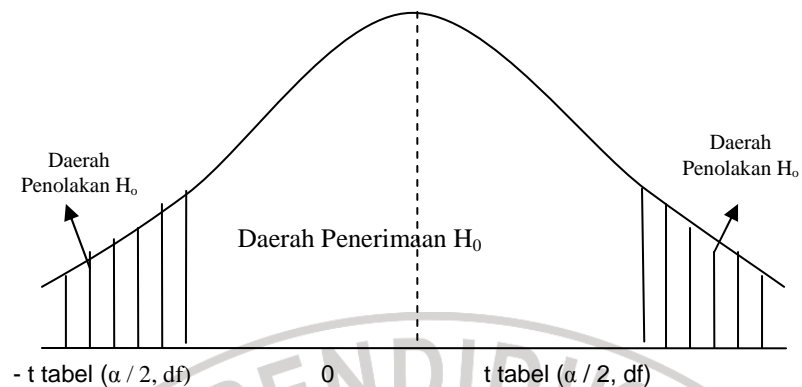
r = Koefisien korelasi parsial

n = Jumlah sampel

Apabila pengujian tersebut telah dilakukan, maka hasil pengujian tersebut  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  dan ketentuan sebagai berikut :

a. Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H^1$  diterima

b. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H^1$  di tolak



**Gambar 3.1**  
**Daerah Penerimaan dan Penolakan H<sub>0</sub> (uji t)**

Dalam pengujian hipotesis ini tingkat kesalahan yang digunakan adalah 5% atau 0,05 pada taraf signifikansi 95%.

**Tabel 3.3**  
**Klasifikasi Koefisien Korelasi**

Klasifikasi Koefisien Korelasi	
Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Riduwan, 2005:138)

Analisis regresi digunakan untuk tujuan peramalan (memprediksi), dimana dalam analisis ini ada sebuah variabel independent yaitu harga dan biaya promosi pada *Kitchen Banquet* Hotel Horison Bandung dan variabel dependent yaitu volume penjualan pada *kitchen banquet* di Hotel Horison Bandung. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear sederhana yang menggambarkan model hubungan antara variabel independent dan dependent

### 3.8.6 Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis diatas, peneliti akan melakukan analisis lebih lanjut. Analisis tersebut akan membahas pengaruh antara harga dan biaya promosi terhadap volume penjualan *kitchen banquet* di hotel Horison Bandung. Kemudian dari hasil akan ditarik kesimpulan-kesimpulan dan dibuat saran-saran. Kesimpulan yang diambil didasarkan pada rumusan masalah dan tujuan, kegunaan penelitian yang telah ditetapkan.

