

BAB III

Objek dan Metodologi Penelitian

3.1 Obejek Penelitian

Objek penelitian merupakan salah satu faktor yang tidak dapat dipisahkan dari suatu penelitian yang dilakukan. Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah pengaruh harga jual dan tingkat persaingan terhadap pendapatan café-café kaki lima di Jalan Ir. H Djuanda Bandung.

1.2 Jenis dan Metodologi Penelitian

1.2.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan jenis data penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2007:23) adalah data yang berbentuk angka. Menurut Sugiyono (2007:23) jenis data penelitian kuantitatif dibagi dua macam, yaitu data diskrit dan data kontinum. Data diskrit adalah data yang diperoleh dari hasil menghitung atau membilang (bukan mengukur), data ini sering juga disebut data nominal, sedangkan data kontinum adalah data yang diperoleh dari hasil pengukuran. Data kontinum dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu : data Ordinal, Interval, dan Rasio.

1.2.2 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu (sugiyono 2004:1). Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Metode Penelitian Deskriptif Analitik*. Menurut Surakhmad (1998:140), yaitu; “Suatu metode penelitian yang bermaksud untuk membuat suatu gambaran atau deskripsi tetang 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 analisa tertentu”.

Dengan demikian maka penulis dapat menggambarkan, menjelaskan dan menganalisa mengenai pengaruh harga jual dan tingkat persaingan terhadap pendapatan pengusaha cafe kaki lima.

1.3 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Konsep teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik	Skala
Pendapatan (Y)	Menurut Sukirno (2005:235), seluruh jumlah pendapatan yang diterima perusahaan dari menjual barang yang diproduksikannya dinamakan hasil penjualan total (TR yaitu dari perkataan <i>Total Revenue</i>).	Pendapatan perbulan	Data diperoleh dari produsen mengenai pendapatan perbulan pemilik cafe dalam rupiah selama tiga bulan terakhir (april, mei, dan juni 2010)	interval
Harga (X1)	Menurut Tjiptono, (2002: 151) harga jual adalah jumlah moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang yang akan berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.	Harga jual setiap produk yang ditawarkan	Data diperoleh dari produsen mengenai harga jual tiap produk: 1. Jagung bakar 2. Roti Bakar 3. Pisang Bakar 4. Kopi 5. Bandrek dalam rupiah selama tiga bulan terakhir (april, mei dan juni 2010)	interval
Tingkat Persaingan	Berdasarkan substitusi produk, Kotler (1997:203) membedakan empat tingkat	a. persaingan merek b. persaingan	Data diperoleh dari produsen mengenai persaingan:	Ordinal

(X2)	<p>persaingan, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan merek; terjadi apabila suatu perusahaan menganggap pesaingnya adalah perusahaan lain yang menawarkan produk dan jasa yang serupa pada pelanggan yang sama dengan harga yang sama. 2. Persaingan industri; terjadi apabila suatu perusahaan menganggap pesaingnya adalah semua perusahaan yang membuat produk yang sama atau kelas produk yang sama. 3. Persaingan bentuk; terjadi apabila suatu perusahaan menganggap pesaingnya adalah semua perusahaan yang memproduksi produk yang memberikan jasa yang sama. 4. Persaingan generik; terjadi apabila suatu perusahaan menganggap pesaingnya adalah semua perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan dollar konsumen yang sama. 	<p>antar cafe kaki lima</p> <ol style="list-style-type: none"> c. persaingan bentuk antara cafe kaki lima dengan cafe-cafe di sekitar Jl.Ir.H. Djuanda d. persaingan generik dengan cafe dan usaha yang sejenis 	<ol style="list-style-type: none"> a. persaingan merk antara cafe kaki lima di Jl.Ir.H.Djuanda b. Jumlah Pesaing cafe yang sejenis c.. Jumlah pesaing cafe yang lebih besar d. Jumlah pendatang baru yang dinilai menjadi pesaing e. Jenis Produk yang ditawarkan berbeda (diferensiasi) dengan pesaing 	
------	--	---	--	--

1.4 Jenis dan Sumber Data

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini, penulis menggunakan data primer, adapun data tersebut adalah data primer pada penelitian ini penulis langsung mengambil data dengan cara penyebaran angket yang diisi oleh para responden yaitu pengusaha Café kaki lima di Jl.Ir.H.Djuanda.

Tabel 3.2

Jenis dan sumber data

no	Jenis data	Sumber data
----	------------	-------------

1	Harga jual produk	Pemilik cafe kaki lima dan Menu (data primer)
2	Persaingan	Pemilik cafe kaki lima (data primer)
3	Pendapatan yang didapatkan dalam rupiah (Rp)	Pemilik cafe kaki lima (data primer)

1.5 Populasi dan Sampel

1.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono dalam bukunya “Statistika Untuk Penelitian” menyatakan bahwa: “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulan”.(2007;61)

Berdasarkan pengertian tersebut yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah jumlah seluruh Café kaki lima di Jl.Ir.H Djuanda Bandung sebanyak 23 café.

3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono dalam bukunya “Statistika Untuk Penelitian” menyatakan bahwa: “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”.(2007;62)

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan sebagian jumlah yang dimiliki oleh populasi yaitu orang yang mengisi kuesioner. Menurut Sugiono, apabila jumlah sampel sama dengan jumlah populasi dinamakan sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang (Sugiono, 1998:62). Maka sampel dari penelitian ini adalah populasi yang dijadikan sampel yaitu sebanyak 23 café kaki lima.

1.6 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Probability Sampling. Probability sampling adalah teknik sampling (teknik pengambilan sampel) yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Dari probability sampling, teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling, menurut Sugiyono simple Random sampling (2007:64) adalah :

“dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu, cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.”

Jadi dalam penelitian ini digunakan simple random sampling karena dalam penelitian ini anggota populasinya homogen yaitu hanya pengusaha café-café kaki lima di Jalan Ir.H.Djuanda Bandung.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dipergunakan untuk memperoleh data secara teoritis dengan mempelajari buku-buku, catatan kuliah dan secara literature lain sebagai pedoman dan pembanding masalah yang penulis bahas.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Dalam hal ini penulis menggunakan cara sebagai berikut:

a. Observasi

Yaitu suatu cara untuk mendapatkan suatu data-data yang diperlukan oleh penulis dengan melakukan pengamatan dan pencatatan langsung sehingga diperoleh kebenaran data.

b. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab atau meminta penjelasan langsung dari pihak-pihak yang terkait dengan penelitian.

c. Angket

Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang sedang diteliti dengan cara mencari informasi dari sumber langsung melalui pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pada selebaran kertas kepada responden. Setelah diisi oleh responden, pertanyaan tersebut di kumpulkan dan setelah itu dikaji untuk menjadi sebuah data yang riil.

3.8 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.8.1 Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan analisis secara kuantitatif. Yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif, maka dari itu penulis menggunakan metoda pengumpulan data dengan *Skala Pengukuran Semantik* dan teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah *Teknik Analisis Data Regresi Linier Berganda*

Skala Pengukuran *Semantik* yaitu metode penskalaan yang disusun dengan menggunakan rangkaian kata sifat yang bertentangan (bipolar), serta memiliki unsur evaluasi, potensi dan unsur aktifitas. (Lili Adi Wibowo 2008:10)

Menurut Sugiyono (2005: 210), Regresi Linier Berganda digunakan oleh peneliti bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (naik turunnya nilai).

Yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan Teknik analisis regresi linier berganda, yaitu :

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

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \dots \text{ Sugiyono (2007: 275)}$$

Dimana :

Y = pendapatan

a = konstanta

b_1, b_2 = koefisien regresi

X_1 = harga Jual

X_2 = tingkat persaingan

e = variabel pengganggu

Menghitung korelasi ganda masing-masing variabel independen dengan dependen dengan rumus:

$$R_{y \cdot x_1 x_2} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2}}$$

Sugiyono (2007: 233)

Dari data di atas rumus yang paling sederhana untuk menghitung korelasi produk moment yaitu :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

Sugiyono (2007: 228)

Dimana :

r_{xy} = Korelasi antar variable X dengan Y

$X = (x_i - \bar{x})$

$Y = (y_i - \bar{y})$

Setelah diadakannya pengujian yang signifikan terhadap korelasi ganda, maka selanjutnya untuk uji signifikan koefisien korelasi ganda dicari F_{hitung} dulu kemudian dibandingkan dengan F_{table} , dimana untuk mencari F_{hitung} dapat dilakukan dengan menggunakan rumus, sebagai berikut :

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

Sugiyono (2007: 235)

Dimana :

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variable Independen

n = Jumlah anggota

Menurut Sugiyono (2007: 231) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 3.3
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Kolerasi

231)

Koefisien Kolerasi	Klasifikasi
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

Sumber :
Sugiyono
(2007:

3.8.2 Uji Hipotesis

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

Objek penelitian yang menjadi variable bebas atau *Independen variable* yaitu harga jual (Variabel X_1) dan tingkat persaingan (Variabel X_2) sedangkan *Variable dependen* adalah pendapatan (Variabel Y), dengan memperhatikan karakteristik variable yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan *analisis regresi linier ganda* untuk ke tiga variable tersebut.

Adapun yang menjadi hipotesis utama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara harga jual dan tingkat pesaing terhadap pendapatan Café kaki lima di Jalan Ir.H.Djuanda Bandung.

Pengujian Koefisien Regresi secara Simultan (uji F)

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

$$uji F = \frac{R^2 / k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad \text{Sugiyono (2007:235)}$$

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

Pengujian Koefisien Regresi secara Parsial (uji t)

Untuk uji hipotesis, dilakukan uji t statistik dengan rumus :

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

Sugiyono (2007: 230)

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan menguji nilai t_{hitung} . Uji t bertujuan untuk menguji tingkat signifikan dari setiap variable bebas atau *Independent variable* yaitu harga jual (Variabel X_1), dan tingkat persaingan (Variabel X_2) sedangkan *Variable dependen* adalah pendapatan (Variabel Y). Kriteria untuk menolak atau menerima hipotesis, pada tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0.05, pada taraf signifikan 95% adalah :

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan menolak H_a , yang artinya koefisien korelasi berganda yang dihitung tingkat signifikan.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a , yang artinya koefisien korelasi berganda yang dihitung tingkat signifikan dan menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial.

Rumus Uji Determinasi

$$R^2 = \frac{b_1x_1y + b_2x_2y}{y_2}$$

Sudjana (1996:368)

Koefisien Determinasi (uji R^2) merupakan proporsi atau persentase dari total variasi Y yang dijelaskan oleh garis regresi. Koefisien regresi merupakan angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan atau distribusi variable bebas dalam menjelaskan atau menerangkan variable terikatnya di dalam fungsi yang bersangkutan. Besar nilai R^2 diantara nol dan satu maka ($0 < R^2 < 1$) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai R^2 -nya semakin mendekati angka 1, maka model tersebut baik dan tingkat kedekatan antara variable bebas dan terikat semakin dekat pula.

- b. Jika semakin menjauhi angka 1, maka hubungan antar variable bebas dengan variable terikat tidak mendekati 1 maka variabel babas dan terikat semakin jauh.

