

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah variabel sistem informasi pemasaran (Variabel X) dan pengambilan keputusan diferensiasi produk (Variabel Y) yang melekat pada karyawan PT. Bintang Raya Sakti yang beralamat di Jl. Cibodas Raya Kav. A-1 Antapani-Bandung. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah Karyawan pada PT. Bintang Raya Sakti. Berdasarkan objek penelitian tersebut, penelitian ini menganalisis hubungan sistem informasi pemasaran terhadap pengambilan keputusan diferensiasi produk di PT. Bintang Raya Sakti.

B. Desain Penelitian

Pengertian desain penelitian dikemukakan oleh Surachman dalam Moh. Nazir (1999:99) yaitu:

Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam pengertian lebih sempit, desain penelitian hanya mengenai pengumpulan dan analisis data saja, sedangkan dalam pengertian yang lebih luas desain penelitian mencakup proses perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Moh. Nazir (1999:99) mengatakan bahwa, “Desain penelitian harus mengikuti metode penelitian.” Sementara Karlinger (1990:484) mengemukakan bahwa, “Desain penelitian dibuat untuk menjadikan penelitian mampu menjawab pertanyaan penelitian yang sevalid, seobjektif, setepat dan sehemat mungkin”.

Desain penelitian dapat diartikan sebagai rencana dan strategi, desain penelitian ini merupakan perencanaan penelitian, yaitu penjelasan secara rinci tentang keseluruhan rancangan penelitian. Mulai dari perumusan masalah, gambaran hubungan antar variabel, perumusan hipotesis sampai rancangan analisis data, yaitu dituangkan secara tertulis kedalam bentuk usulan atau proposal penelitian. Sebagai strategi, desain penelitian ini merupakan penjelasan rinci tentang apa yang akan dilakukan peneliti dalam rangka pelaksanaan penelitian.

1. Metode Penelitian

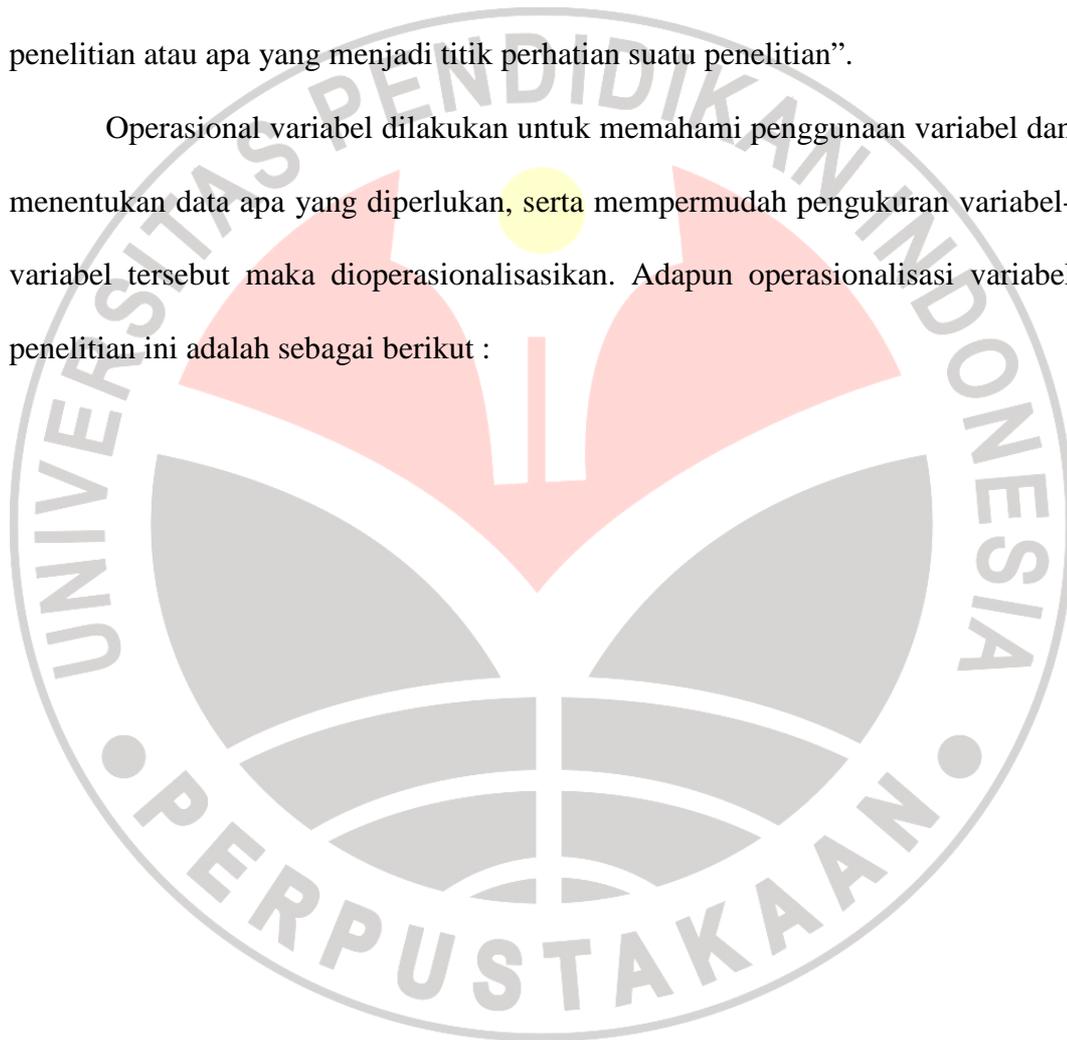
Dalam melaksanakan suatu penelitian, tentunya akan diperlukan sejumlah data yang dapat membantu untuk membahas masalah dalam suatu penelitian tersebut. Untuk memperoleh data-data dan informasi yang tepat, maka diperlukan suatu metode pengumpulan data yang tepat sehingga tujuan penelitian yang diharapkan dapat tercapai sebagaimana mestinya. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Sugiyono (2001:1) bahwa “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”.

Untuk mencapai tujuan penelitian ini, maka penulis menggunakan metode deskriptif. Penggunaan metode ini lebih menekankan pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang. Menurut Travers (Husein Umar, 1998:22) “Metode deskriptif adalah metode yang bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu”.

2. Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini membahas dua variabel, yaitu variabel sistem informasi pemasaran sebagai variabel independen atau variabel bebas dan pengambilan keputusan diferensiasi produk sebagai variabel dependen atau variabel terikat. Suharsimi Arikunto (2002:91) mengemukakan bahwa "variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian".

Operasional variabel dilakukan untuk memahami penggunaan variabel dan menentukan data apa yang diperlukan, serta mempermudah pengukuran variabel-variabel tersebut maka dioperasionalkan. Adapun operasionalisasi variabel penelitian ini adalah sebagai berikut :



Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Sistem Informasi Pemasaran

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Sistem informasi pemasaran adalah orang, peralatan, dan prosedur yang mengumpulkan, menyortir, menganalisis, mengevaluasi, dan mendistribusikan informasi yang sesuai kebutuhan, tepat waktu, dan akurat kepada pembuat keputusan pemasaran. Sumber : Philip Kotler (2004:115)	1. Sarana dan Prasarana	1. <i>Hardware</i> yang disediakan untuk <i>input</i> dan <i>output</i> data dalam sistem informasi pemasaran	Ordinal	1-2
		2. <i>Software</i> yang disediakan untuk fasilitas <i>input</i> , proses dan <i>output</i> dalam sistem informasi pemasaran		3-4
	2. SDM	1. Tingkat pemahaman SDM	Ordinal	5
		2. Keterampilan SDM		6
		3. Tanggung jawab SDM		7
		4. Ketelitian SDM		8
	3. Prosedur	1. Kesistematiskan prosedur	Ordinal	9
		2. Kemudahan prosedur		10-11
	4. <i>Output</i>	1. Tingkat ketersediaan informasi kala dibutuhkan	Ordinal	12
		2. Tingkat relevansi informasi pemasaran		13
		3. Tingkat akurasi informasi pemasaran		14
		4. Tingkat kelengkapan informasi pemasaran		15

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Pengambilan Keputusan

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Pengambilan keputusan diferensiasi produk adalah pemilihan satu di antara alternatif-alternatif yang dimungkinkan guna merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing Sumber : Intisari dari Ibnu Syamsi (2000:5) dan Philip Kotler (2004:328)	1. Wujud yang diharapkan (<i>Form</i>)	1. Kesesuaian antara ukuran, bentuk, dan struktur fisik produk	Ordinal	1-2
	2. Keistimewaan (<i>Features</i>)	1. Kelengkapan fitur tambahan	Ordinal	3-4
	3. Kualitas produk (<i>Quality product</i>)	1. Tingkatan daya kerja produk	Ordinal	5
		2. Tingkat ketahanan produk dalam beroperasi		6
		3. Tingkat keandalan produk		7
	4. Kualitas kesesuaian (<i>Comformance quality</i>)	1. Derajat kesesuaian produk dengan spesifikasi yang dijanjikan	Ordinal	8-9
5. Gaya (<i>style</i>)	1. Penampilan produk	Ordinal	10-11	
6. Rancangan (<i>Design</i>)	1. Tingkat kesesuaian produk terhadap keinginan konsumen	Ordinal	12	

3. Populasi

Dalam melakukan penelitian, kegiatan mengumpulkan data merupakan langkah yang sangat penting guna mengetahui karakteristik dari elemen-elemen yang menjadi objek penelitian yang dinamakan populasi. Hal ini senada dengan

pendapat Sugiyono (2002:72) yang menyatakan bahwa “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 kesimpulannya”.

Namun dalam sebuah penelitian tidaklah selalu perlu meneliti individu dalam populasi, karena disamping memakan biaya yang sangat besar juga membutuhkan waktu yang lama. Kita bisa meneliti hanya sebagian dari populasi dengan harapan bahwa hasil yang didapat akan menggambarkan sifat populasi yang bersangkutan.

Suharsimi Arikunto (2002:100) bahwa “untuk sekedar ancer-ancer maka apabila subyeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semuanya sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subyeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih”.

Mengingat jumlah populasi pada PT. Bintang Raya Sakti kurang dari 100 orang, yaitu sebanyak 40 orang, maka dalam penelitian ini penulis akan menggunakan seluruh populasi.

4. Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data penelitian. Dalam hal ini penulis menggunakan angket dalam melakukan pengumpulan data. Angket adalah teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi oleh responden yang menjadi anggota sampel penelitian. Bentuk angket yang

digunakan berupa angket tertutup dimana responden hanya memilih alternatif jawaban yang tersedia yang dianggap sesuai dengan pertanyaan dan pernyataan. Responden tidak perlu memberikan penjelasan atas pertanyaan atau pernyataan tersebut. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket dengan skala sikap kategori *Likert*. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2004:67) bahwa: “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang/sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Penulis menyebarkan angket kepada responden dalam hal ini karyawan PT. Bintang Raya Sakti. Tiap alternatif jawaban diberi skor sebagai berikut :

Tabel 3.3
Kriteria Pemberian Skor terhadap Alternatif Jawaban

Alternatif Jawaban	Nilai	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu-Ragu	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Selain itu, penulis menggunakan studi Kepustakaan sebagai penunjang untuk pengajuan hipotesis digunakan beberapa landasan teori yang penulis peroleh melalui kepustakaan (mengumpulkan keterangan-keterangan dari berbagai literatur) sebagai bahan perbandingan, acuan atau landasan teoritis yang berkaitan erat dengan masalah yang diteliti yang dilakukan selama penyusunan skripsi.

5. Pengujian Instrumen Penelitian

Instrumen yang baik, harus valid dan reliabel. Sebagaimana dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto (2002:160) bahwa “Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel”. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali akan menghasilkan data yang sama. Oleh karena itu, sebelum angket disebarakan kepada responden yang sebenarnya terlebih dahulu dilakukan uji instrumen, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas instrumen menggunakan analisis item, yakni dengan mengkorelasikan skor tiap item dengan skor total.

Rumus yang digunakan untuk uji ini adalah *Product Moment Correlation Formula* (Suharsimi Arikunto, 2002:146) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi

N = Jumlah Responden

$\sum X$ = Jumlah Skor X

$\sum Y$ = Jumlah Skor Y

$\sum XY$ = Hasil Kali skor X dan Y setiap responden

$(\sum X)^2$ = Kuadrat jumlah skor X

$(\sum Y)^2$ = Kuadrat jumlah skor Y

Hasil perhitungan r_{xy} dibandingkan dengan r_{tabel} pada taraf nyata (α) 5%.

Kriteria kelayakan adalah sebagai berikut:

1. $r_{xy} > r_{tabel}$ berarti valid
2. $r_{xy} \leq r_{tabel}$ berarti tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Untuk dapat memenuhi instrumen penelitian yang sifatnya adalah selalu dapat dipercaya (reliabel), maka digunakan uji reliabilitas, yaitu untuk mengetahui ketepatan nilai angket, artinya instrumen penelitian reliabel bila diujikan pada kelompok yang sama walaupun dalam waktu yang berbeda hasilnya akan sama.

Pengujian reliabilitas yang penulis gunakan adalah dengan menggunakan *Alpha Cronbach* (r_{11}) dibawah ini:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2002:171})$$

keterangan:

r_{11} : Reliabilitas instrument

K : Banyaknya bulir soal

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varians bulir soal

σ_t^2 : Varians total

Untuk rumus varian total (σ_t^2) yaitu:

$$\sigma_b^2 = \frac{\sum X^2 - \left[\frac{\sum(X)^2}{N} \right]}{N} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2002:171})$$

Keterangan:

σ_t^2 = Varians total

$\sum x$ = Jumlah Skor

N = Jumlah Peserta

Hasil perhitungan r_{11} dibandingkan dengan r_{tabel} pada taraf nyata $\alpha = 5\%$, dengan kriteria kelayakan adalah sebagai berikut:

1. $r_{11} > r_{tabel}$ berarti reliabel
2. $r_{11} \leq r_{tabel}$ berarti tidak reliabel

6. Teknik Analisis Data

a. Perhitungan Persentase

Perhitungan persentase digunakan untuk mengetahui gambaran variabel penelitian, melalui perhitungan frekuensi skor jawaban responden pada setiap alternatif jawaban angket, sehingga diperoleh persentase jawaban setiap alternatif jawaban dan skor rata-rata.

Interpretasi skor rata-rata jawaban responden dalam penelitian ini menggunakan rumus interval sebagai berikut:

$$PanjangKelasInterval = \frac{Rentan\ g}{BanyakKelasInterval}$$

Sesuai dengan skor alternatif jawaban angket yang terentang dari 1 sampai 5, banyak kelas interval ditentukan sebanyak 5 kelas, sehingga diperoleh panjang kelas interval sebagai berikut:

$$PanjangKelasInterval = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

Berdasarkan perhitungan di atas, diperoleh skala penafsiran skor rata-rata jawaban responden seperti tampak pada tabel berikut:

Tabel 3.4
Skala Kriteria Skor Rata-rata Jawaban Responden

Rentang	Kriteria	
	Variabel X	Variabel Y
1.00-1.79	Sangat tidak baik/Sangat rendah	Sangat tidak tepat
1.80-2.59	Tidak baik/Rendah	Tidak tepat
2.60-3.39	Cukup/Sedang	Cukup tepat
3.40-4.19	Baik/Tinggi	Tepat
4.20-5.00	Sangat baik/Sangat Tinggi	Sangat tepat

b. Menghitung Koefisien Korelasi

Menghitung Koefisien Korelasi (r_s) dengan rumus Korelasi Rank Spearman. Korelasi Rank Spearman digunakan untuk menganalisis hubungan apabila datanya berbentuk ordinal.

Jika jumlah rangking berangka kembar baik dalam variabel X maupun variabel Y cukup besar, maka mempergunakan rumus :

$$r_s = \frac{\sum X^2 + \sum Y^2 - \sum di^2}{2\sqrt{(\sum X^2)(\sum Y^2)}} \quad (\text{Sidney Siegel, 1997:260})$$

Dengan ketentuan :

$$\sum X^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum Tx$$

$$\sum Y^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \sum Ty \quad (\text{Sidney Siegel, 1997:259})$$

$$T = \frac{t^3 - t}{12} \quad (\text{Sidney Siegel, 1997:256})$$

Keterangan :

- r_s = Koefisien Korelasi Rank Spearman
- $\sum X^2$ = Jumlah Ranking yang sama pada Variabel X
- $\sum Y^2$ = Jumlah Ranking yang sama pada Variabel Y
- $\sum Di^2$ = Jumlah Hasil Pengurangan antara Ranking yang terdapat pada Variabel X dan Variabel Y melalui pengkuadratan
- T = Faktor Korelasi
- t = Jumlah Rank Kembar
- $\sum Tx$ = Faktor Korelasi Variabel X
- $\sum Ty$ = Faktor Korelasi Variabel Y
- N = Banyaknya Data

Jika tidak terdapat rank kembar / jumlah rank kembar relatif kecil maka dapat mempergunakan rumus:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^N d_i^2}{N^3 - N}$$

(Sidney Siegel, 1997:253)

Keterangan :

r_s = Koefisien Korelasi Rank Spearman

N = Jumlah Pasangan Observasi antara Satu Variabel dengan Variabel lain

d = Perbedaan ranking yang diperoleh pada setiap pasangan observasi

1 = Konstanta

6 = Konstanta

Untuk melihat seberapa besar hubungan antara variabel X dan variabel Y adalah dengan membandingkan nilai r_s terhadap koefisien korelasi.

Tabel 3.5
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisiensi Korelasi

Interval Koefisien	Kekuatan 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

Sumber : Sugiyono (2001:149)

7. Pengujian Hipotesis

Sebelum membuat kesimpulan, terlebih dahulu melakukan pengujian atas tingkat keberartian korelasi hasil perhitungan tersebut. Tingkat keberartian ini diuji dengan uji hipotesis. Rumus yang digunakan adalah uji signifikansi dengan korelasi (uji t student), yaitu :

$$t = r_s \cdot \sqrt{\frac{N-2}{1-r_s^2}} \quad (\text{Sidney Siegel, 1997:263})$$

Keterangan :

t = Distribusi Student dengan Derajat Kebebasan dk = n - 2

r = Koefisien Korelasi Spearman

N = Banyaknya sampel

Dengan ketentuan :

Ho: $\rho = 0$, artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y.

Ha: $\rho \neq 0$, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y.