

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel-variabel yang akan menjadi objek penelitian adalah pendapatan café di kota Bandung. Variabel yang diteliti dari variabel independent dalam penelitian ini adalah diferensiasi produk (X_1), harga (X_2), dan promosi (X_3). Sedangkan variabel dependent adalah pendapatan (Y).

3.2 Metode Penelitian

Sugiono berpendapat bahwa “Metode penelitian adalah dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu” Sugiono (2000:1). Untuk memperoleh hasil penelitian yang sesuai dengan harapan, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik yaitu metode yang melihat hubungan dua variabel atau lebih, metode ini menekankan pada studi untuk memperoleh informasi mengenai status atau gejala pada saat penelitian dilakukan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis dalam penelitian. Dengan kata lain, populasi merupakan keseluruhan unsur-unsur yang memiliki satu atau beberapa ciri / karakteristik yang sama.

1. Kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan
2. Kumpulan dari ukuran-ukuran tentang sesuatu yang akan diteliti.

sumber : Kusmayadi dan Sugiarto (2000:17)

Dalam sebuah penelitian tentunya akan selalu berhadapan dengan objek penelitian, baik itu berupa manusia ataupun peristiwa yang terjadi. Objek penelitian ini merupakan kenyataan dimana suatu masalah timbul, sehingga merupaka sumber utama untuk mendapatkan data. Keseluruhan karakteristik objek penelitian ini dinamakan populasi, seperti dikemukakan oleh Sudjana (1998:6), bahwa “Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil nilai maupun pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif, juga karakteristik tertentu mengenai sekumpulan subjek yang lengkap dan jelas”.

Populasi menurut Nazir (1988:327) adalah kumpulan dari ukuran-ukuran tentang sesuatu yang kita ingin buat inferensi. Populasi berkenaan dengan data, bukan dengan urusan atau benda, populasi juga mempertimbangkan dari kejelasan tersebut, seperti kejelasan mengenai informasi personal tersebut sehingga mudah dilakukan komunikasi dan survey maka atas dasar inilah

terdapat kemungkinan pengurangan populasi yang disebabkan kurang jelasnya informasi dari anggota populasi tersebut dan menjadi tidak bisa dihubungi. Unit analisis dalam penelitian ini adalah perorangan atau individu yang berasal dari populasi sesuai definisi diatas. Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha café, dan populasi café di kota Bandung sebanyak 60 cafe.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara teretentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi, Hasan (2002:58).

Menurut Malhotra (2005:364) mengatakan bahwa “Sampel merupakan sekelompok elemen populasi yang terpilih yang berpartisipasi dalam satu studi”.

Sedangkan menurut Sugiyono (2004:73), “Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka populasi dapat menggunakan sampel dari populasi itu”.

Karena populasi sedikit (60) maka seluruh populasi dijadikan sampel penelitian.

3.4 Operasional Variabel

Operasional variable adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variable atau konstruk dengan cara memberikan arti atau mendefinisikan

kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variable tersebut, Nazir (1999:33).

Variable bebas (*independent variable*) adalah variable yang dapat mempengaruhi variable lain yang tidak bebas. Variable terikat (*dependent variable*) adalah variable yang dapat dipengaruhi oleh variable lain. Arikunto (2006:118) mengatakan bahwa “Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian”. Variabel ini sendiri dibuat agar tidak terjadi kesalahan dalam menafsirkan variable yang ingin diteliti dan juga dapat dijadikan kerangka acuan bagi peneliti untuk mendeskripsikan permasalahan yang hendak diungkap.

Tabel 3.1
Tabel Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Empiris	Analysis	Skala
Diferensiasi produk (X1)	Diferensiasi produk adalah tindakan merancang suatu perbedaan atau variasi dari suatu produk.	Variasi-variasi produk yang dikeluarkan oleh café.	Berbagai variasi makanan dan minuman yang disediakan oleh café.	Interval
Harga (X2)	Harga adalah hasil pertemuan dari transaksi barang atau jasa yang dilakukan oleh permintaan dan penawaran dipasar.	Harga yang ditetapkan oleh café terhadap makanan dan minuman yang dijual.	- Harga makanan - Harga minuman Dalam satuan rupiah /unit/porsi.	Interval
Promosi (X3)	Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjualan dan pembelian.	Biaya promosi yang dikeluarkan café untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen.	Biaya iklan, potongan harga, gratis makan perbulan dalam rupiah.	Interval
Pendapatan (Y)	Pendapatan adalah hasil dari penjualan atau omset yang diterima oleh perusahaan.	Pendapatan yang dihitung dari jumlah barang / produk $P \times Q$.	Rata-rata pendapatan café dalam waktu satu bulam dalam rupiah.	Interval

3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber Data

Menurut Riduwan (2004:106) “data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi dan keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta”. Menurut Arikunto (2006:129) yang dimaksud dengan sumber data adalah “subjek dari mana data dapat diperoleh”.

Pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen Sugiyono (2006:129).

Sumber data primer merupakan sumber data dimana data yang diinginkan dapat diperoleh secara langsung dari subjek yang berhubungan langsung dengan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah seluruh data yang diperoleh dari café se-kota Bandung dan kuisioner yang disebarkan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian yaitu café se-kota Bandung.

Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian dimana subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian akan tetapi membantu dan dapat memberikan informasi tambahan untuk bahan penelitian. Dalam penelitian ini menjadi sumber data skunder adalah literature, artikel serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian deskriptif analitik ini, pengumpulan data dilakukan oleh peneliti sendiri sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.

Selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka dikembangkan instrument penelitian sederhana yang diharapkan dapat melengkapi data dan sebagai pembanding data yang telah ditemukan, yaitu melalui observasi, wawancara, dan angket/kuisisioner, Sugiyono (2007).

Langkah pertama dari pengumpulan data dimulai dari mencari populasi yang sesuai dengan definisi dari populasi yang telah disebutkan terutama untuk mencari populasi yang memiliki kejelasan informasi untuk dihubungi.

1. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Data yang diperoleh dengan cara melaksanakan pengamatan secara langsung.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000:84). Mengadakan wawancara secara langsung dengan berbagai pihak terkait, yang dapat memberikan data-data yang diperlukan.

3. Penyebaran Kuisisioner

Instrument penelitian yang disusun oleh penulis berupa kuisisioner atau angket yaitu suatu alat pengumpul data berupa daftar pertanyaan (kuisisioner) tertulis

yang diajukan kepada responden. Kuisisioner ini disusun dalam bentuk daftar pertanyaan yang menggunakan sistem semantik.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1 Pengujian Validitas

Sugiyono (2007:267) mengemukakan bahwa validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian.

Perhitungan uji validitas instrument dalam penelitian ini menggunakan rumus *Product Moment* dari pearson dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum_{i=1}^n X_1 Y_1 - (\sum X_1)(\sum Y_1)}{\sqrt{\{n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\} \{\sum Y_1^2 - (\sum Y_1)^2\}}}$$

Suharsimi Arikunto (2006:170)

Keterangan:

r = menunjukkan indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan

Keputusan pengujian validitas item instrumen adalah sebagai berikut :

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

Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} yang merupakan r_{hitung} dikonsultasikan dengan nilai r_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% dengan kriteria kelayakan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka korelasi tersebut dinyatakan signifikan (valid).

Sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka korelasi tersebut dinyatakan tidak signifikan (tidak valid).

3.6.2 Pengujian Reliabilitas

Instrumen penelitian disamping harus valid (sah) juga harus reliabel (dapat dipercaya) yaitu memiliki nilai ketetapan, artinya instrumen penelitian yang reliabel akan sama hasilnya apabila diteskan pada kelompok yang sama, walaupun dalam waktu yang berbeda.

Pengujian reliabilitas yang penulis gunakan adalah dengan rumus *Alpha Cronbach* di bawah ini :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Suharsimi Arikunto (200 :109)

Selanjutnya hasil perhitungan r_{11} yang merupakan r_{hitung} dikonsultasikan dengan nilai r_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% dengan kriteria kelayakan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel.

3.6.3 Analisis Korelasi

Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menghitungnya dengan menggunakan analisis korelasi yang bertujuan mencari

hubungan antar variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan tiga buah variabel bebas, yakni (X_1), (X_2), (X_3) dan satu variabel terikat (Y) sehingga analisis korelasi yang digunakan korelasi ganda. Penggunaan korelasi ganda digunakan untuk menguji hubungan kedua variabel bebas X_1 , X_2 , X_3 dan terhadap Y .

Koefesien korelasi (r) menunjukkan derajat korelasi antara X dan Y . Nilai koefesien korelasi harus terdapat dalam batas-batas : $-1 < r < +1$. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif / korelasi langsung antara kedua variabel yang berarti. Setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai-nilai Y dan begitu pula sebaliknya.

Jika nilai $r = +1$ atau mendekati $+1$, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan positif.

1. Jika nilai $r = -1$ atau mendekati -1 , maka korelasi antara kedua variabel sangat lemah dan negative.
2. Jika nilai $r = 0$ atau mendekati 0 , maka korelasi variabel yang diteliti tidak ada sama sekali atau sangat lemah.

Menurut Sugiyono (2004:216) Korelasi ganda merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel secara bersama-sama atau lebih dengan yang lain.

Korelasi ganda merupakan hubungan secara bersama-sama X_1 , X_2 , dan X_3 dengan Y . Pada penelitian ini korelasi ganda yang dimaksud merupakan hubungan secara bersama-sama antara variabel Diferensiasi Produk, Harga dan

Promosi dengan Pendapatan Cafe. Rumus korelasi ganda tiga variabel ditunjukkan dengan rumus berikut :

$$R_{y.x_1x_2x_3} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 + r_{yx_3}^2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{yx_3}r_{x_1x_2x_3}}{1 - r_{x_1x_2x_3}^2}}$$

Sugiyono (2009:233)

$R_{y.x_2x_3}$ = Korelasi antara Variabel X1, X2, X3 secara bersama- sama dengan Variabel Y

r_{yx_1} = Korelasi Produk Moment antara X1 dengan Y

r_{yx_2} = Korelasi Produk Moment antara X2 dengan Y

r_{yx_3} = Korelasi Produk Moment antara X3 dengan Y

$r_{x_1x_2x_3}$ = Korelasi Produk Moment antara X1, X2, dengan X3

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefesien korelasi yang ditemukan tersebut, apakah besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada tabel pedoman interprestasi koefesien korelasi berikut :

Tabel 3.6
Pedoman Interpretasi Koefesien Korelasi

Interval Koefesiensi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2002:183)

3.6.4 Analisis Regresi

Analisis Regresi digunakan untuk melakukan prediksi, bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikan atau diturunkan nilainya. Penelitian ini menggunakan regresi ganda.

Analisis Regresi ganda menurut Sugiyono (2004:250) digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediktor dimanipulasi.

Dalam analisis regresi ganda ini variabel yang diramalkan (*dependent variabel*) yaitu (Y) pendapatan dan (independent variabel) yang mempengaruhinya yaitu diferensiasi produk (X_1) harga (X_2) dan promosi (X_3).

Persamaan regresi adalah:

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

Sugiyono (2007:275)

Keterangan :

Y = Pendapatan

X_1 = Diferensiasi produk

X_2 = Harga

X_3 = Promosi

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi diferensiasi produk

b_2 = Koefisien regresi harga

b_3 = Koefisien regresi promosi

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

1. Data mentah (Sumber data penelitian yang berisikan nilai X_1 X_2 X_3 dan Y dari sejumlah responden) dari hasil penelitian disusun terlebih dahulu ke dalam tabel penolong (Tabel yang berisikan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$)
2. Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a , b_1 , b_2 , b_3 dapat menggunakan persamaan berikut :

$$\sum Y = an + b_1 \sum X_1 + \sum X_2$$

$$\sum X_1Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2$$

$$\sum X_3Y = a \sum X_3 + b_1 \sum X_1 X_2 X_3 + b_3 \sum X_3^2$$

3. Setelah nilai-nilai pada tabel penolong diketahui, masukan nilai-nilai tersebut ke dalam persamaan di atas untuk mendapatkan koefisien a , b_1 , b_2 , b_3 .

3.6.5 Uji Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel independen dengan variabel dependen, yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan penerimaan atau penolakan dari pada hipotesis yang telah dirumuskan. Rumus yang digunakan penulis untuk menguji hipotesis yaitu uji signifikan koefisiensi korelasi (uji t-student) untuk menguji

hipotesis parsial yang tersirat dari hipotesis penelitian, seperti dikemukakan oleh Sugiyono (2007:230). Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut :

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

Sugiyono (2007:230)

Keterangan :

t = Distribusi student dengan derajat kebebasan (dk) = $n-2$

r = Koefesien korelasi

n = Banyaknya sampel

Ketentuan dari pada uji *t-student* ini adalah :

- H_0 : Korelasi tidak berarti, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan.
- H_a : Korelasi berarti, artinya terdapat pengaruh yang signifikan.

Kriteria penolakan hipotesisnya adalah :

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya koefesien korelasi berganda yang dihitung tingkat signifikan dan menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya koefesien korelasi berganda yang dihitung tingkat signifikan.

Sedangkan pengujian signifikan terhadap koefesien korelasi ganda, yang dimaksudkan untuk menguji hipotesis penelitian utama dapat menggunakan rumus berikut, yaitu dengan uji F :

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

Sugiyono (2009:235)

Keterangan :

R = Koefisien kolerasi ganda

k = Jumlah variable Independen

n = Jumlah anggota sampel

Bila F_h lebih besar dari F_t maka koefisien ganda yang diuji adalah signifikan, yaitu dapat diberlakukan seluruh populasi, kriteria penolakan hipotesisnya adalah :

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh antara diferensiasi produk, harga, dan promosi terhadap pendapatan.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh antara diferensiasi produk, harga, dan promosi terhadap pendapatan.

Taraf kesalahan dengan derajat dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Secara statistic, hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

1. $H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan dan positif antara diferensiasi produk, harga dan promosi terhadap pendapatan.
2. $H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan dan positif antara diferensiasi produk, harga dan promosi terhadap pendapatan.