

BAB III

Objek dan Metode Penelitian

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian yaitu merupakan salah satu faktor yang tidak dapat dipisahkan dari suatu penelitian yang dilakukan. Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah pengaruh persaingan (X1), kualitas produk (X2) dan promosi (X3) terhadap volume penjualan di Rumah Makan Soto di Kota Tasikmalaya.

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ilmiah ini terdapat metode-metode yang dapat membantu dalam melakukan penelitian. Metode-metode tersebut dapat dipakai oleh peneliti untuk memecahkan masalah dalam penelitian. Dengan adanya metode penelitian maka dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitik.

Menurut Sugiyono (2009:1) Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Adapun metode menurut Suharsimi (2002:136) dalam Aulia Rahim “Metode-metode deskriptif merupakan suatu cara penelitian yang dituju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang pada masa yang aktual. Dengan adanya data yang sudah terkumpul lalu disusun dan dijelaskan kemudian dianalisis”.

Selain dengan menggunakan metode deskriptif dalam penelitian ini juga menggunakan metode survei. Seperti menurut Sugiyono (2009:6) metode survei ini digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan menyebarkan kuesioner, test, wawancara tekstur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi empat variabel yaitu pengaruh persaingan (variabel X1), kualitas produk (variabel X2) dan promosi (variabel X3) yang berpengaruh terhadap volume penjualan (Y).

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik	Skala
Volume Penjualan (Y)	“ volume penjualan (TR) adalah penerimaan produsen dan hasil penjualan outputnya.” Boediono (1991:95)	Jadi volume penjualan adalah penerimaan produsen perbulan. Dalam bentuk satuan mata uang.	Data diperoleh dari produsen berupa pendapatan selama bulan oktober sampai desember tahun 2011, dalam bentuk rupiah.	Rasio
Persaingan (X1)	Persaingan ialah mencakup semua tawaran dan bahan	Persaingan adalah di dalam persaingan dan banyak strategi yang beragam. Persaingan dengan	Data diperoleh dari dua puluh produsen rumah makan soto. Dengan skala likert.	Ordinal

	<p>pengganti persaingan secara aktual dan potensial yang bisa dipertimbangkan oleh pembeli. Dan persaingan menggambarkan hanya salah satu kekuatan dilingkungan tempat pemasar beroperasi. Lingkungan pemasaran itu terdiri dari lingkungan tugas dan lingkungan luas.</p> <p>Kotler (2005:16)</p> <p>Pada pasar persaingan monopolistik, adalah suatu pasar dimana terdapat banyak produsen dalam suatu industri yang menghasilkan barang yang berbeda corak (differentiated product).</p> <p>Tati Suharti & M. Fathorrozi, (2003:174)</p>	<p>secara aktual dan potensial yang bisa di pertimbangkan oleh konsumen. Dan dengan banyaknya jumlah pesaing berarti semakin berkembang industri jasa boga semakin meluas, karena dari perkembangan industri itu merupakan dari persaingan, sehingga persaingan dalam industri jasa boga semakin ketat dan bersaing secara sehat.</p>	<p>Faktor-faktor dari persaingan, meliputi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat banyak penjual 2. Barangnya berbeda corak. 3. Perusahaan mempunyai sedikit kekuasaan mempengaruhi harga 4. Keluar dan masuk ke dalam <i>industry relative</i> mudah 5. Persaingan menetapkan promosi penjualan sangat mudah 	
--	--	---	--	--

<p>Kualitas produk (X2)</p>	<p>kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan, dan diperbaiki serta bernilai yang lain.</p> <p>Menurut Kotler dan Amstrong (2006:226)</p>	<p>Jumlah skor berdasarkan dimensi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance</i> (karakteristik terpenting dari produk) 2. Reliabilitas (Keandalan produk) 3. Durability (Daya tahan) 4. Serviceability (Kemampuan pelayanan) 5. Estetika (daya tarik produk terhadap panca indra) 	<p>Data yang diperoleh dari pengusaha mengenai :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tampilan produk - Tingkat kehygienisan produk - Tingkat keamanan makanan - Kemungkinan terjadi pada kemasan - Daya tahan - Keramahan dalam pelayanan terhadap konsumen. - Tingkat rasa - Kekhasan rasa - Kekhasan aroma 	<p>Ordinal</p>
------------------------------------	--	---	--	----------------

<p>Promosi (X3)</p>	<p>Promosi adalah suatu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, mengingatkan, mengingatkan pasar sasaran agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Ali Hasan (2009:367)</p>	<p>Jumlah dari biaya promosi yang dilakukan perusahaan dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan.</p>	<p>Data diperoleh dari responden, mengenai promosi, dalam bentuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> • penggunaan spanduk, • melakukan promosi melalui media cetak dan elektronik dan website. • Dana promosi • Jumlah jenis promosi 	<p>Rasio</p>
----------------------------	---	--	---	--------------

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2009:72) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik sampelnya”.

Berdasarkan pengertian di atas, populasi dalam penelitian ini adalah pemilik dari perusahaan sebanyak 20 perusahaan soto di Kota Tasikmalaya. Dan yang

menjadi responden pada penelitian ini adalah pengunjung/pelanggan di setiap rumah makan soto di Kota Tasikmalaya. Pengunjung/pelanggan yang menjadi responden diambil secara acak dan jumlahnya berkisar antara 5-15 responden untuk setiap rumah makan soto.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2009:56) adalah “sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti”. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Sugiyono (2009:81). Dan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini terdapat banyak teknik sampling yang digunakan. Menurut Sugiono (2009:66) Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk menjadi anggota sampel.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini ialah sampel jenuh. Menurut Sugiono (2009:68) sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. dari hal ini yang sering dilakukan dari jumlah populasi relatif kecil, yaitu kurang dari 30, atau dari penelitian ini membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil, dengan istilahnya adalah sensus, yaitu dimana dari semua anggota populasi dijadikan sampel. Dalam penelitian ini populasinya jumlah populasi relative kecil, yaitu kurang dari 30 rumah makan soto yang ada di kota Tasikmalaya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian, antara lain :

1. Wawancara

Wawancara yang dilakukan pada rumah makan Soto di Kota Tasikmalaya yang mana penulis mewawancarai pemilik dari Rumah makan Soto di Kota Tasikmalaya yang digunakan untuk pengumpulan data sehingga memperoleh informasi langsung dan untuk mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari sumbernya. Teknik wawancara ini dilakukan dengan maksud untuk mendapat informasi langsung dari responden.

2. Observasi Lapangan

Mengadakan pengamatan langsung untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat mengenai variabel yang diteliti yaitu pengaruh persaingan, kualitas produk, dan promosi terhadap volume penjualan pada rumah makan Soto di Kota Tasikmalaya serta untuk memperoleh informasi lain yang belum dapat diperkirakan sebelumnya.

3. Angket

Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang sudah ada dengan cara mencari informasi dari sumber langsung melalui pernyataan-pernyataan yang dibagikan pada selebaran kertas kepada responden. Merupakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan angket kepada

kosumen Soto di Kota Tasikmalaya untuk mendapatkan data yang dibutuhkan oleh penulis.

3.6 Jenis dan Sumber Data

Dalam pengumpulan data dan sumber data pada penelitian ini adalah subjek dimana data tersebut diperoleh. Sumber data penelitian ini diperoleh secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian. Adapun yang dimaksud dengan kedua data tersebut adalah :

1. Data Primer (*Primary Data Source*) Data primer merupakan data yang utama penulis peroleh, kemudian mengolahnya untuk membahas permasalahan yang ada. Data primer ini merupakan sumber data yang langsung berhubungan dengan objek penelitian. Data primer juga data yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner, survey maupun observasi.
2. Data sekunder (*Secondary Data Source*) Data sekunder ini merupakan data mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan terlebih dahulu. Sumber data sekunder bisa diperoleh dari berbagai literature, artikel, karya-karya ilmiah, dari dalam suatu perusahaan, *website*, perpustakaan umum dan dari lembaga pendidikan.

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Validitas

Menurut Sugiyono (2009:348) “Validitas atau valid yaitu berarti alat ukur yang digunakan penelitian untuk mengukur, mendapatkan data yang hendaknya diukur”.

Uji validitas menurut Sugiyono (2009:228) maka digunakan rumus korelasi product moment, yaitu :

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

Sugiyono (2009:228)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = Jumlah responden

$\sum XY$ = Jumlah hasil kali skor X dan Y setiap responden

$\sum X$ = Jumlah skor X

$\sum Y$ = Jumlah skor Y

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

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

Dari perhitungan diatas dapat diimplementasikan dengan menggunakan tabel dibawah ini :

Tabel 3.2
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Terhadap Koefisien Kolerasi

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 (2009: 231)

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner benar-benar dapat menjalankan fungsinya. Seperti telah dijelaskan pada metodologi penelitian bahwa untuk menguji valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor totalnya. Apabila koefisien korelasi butir pernyataan dengan skor total item lainnya $\geq 0,30$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan korelasi product moment (indeks validitas) diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 3.3
Hasil uji validitas kuesioner persaingan

Butir Pertanyaan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 1	0,551	0,30	Valid
Item 2	0,623	0,30	Valid
Item 3	0,544	0,30	Valid
Item 4	0,543	0,30	Valid
Item 5	0,621	0,30	Valid
Item 6	0,515	0,30	Valid

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Produk

Butir Pertanyaan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Item 1	0,477	0,30	Valid
Item 2	0,483	0,30	Valid
Item 3	0,525	0,30	Valid
Item 4	0,646	0,30	Valid
Item 5	0,672	0,30	Valid
Item 6	0,528	0,30	Valid
Item 7	0,473	0,30	Valid

Dari ketiga tabel di atas bahwa dapat dilihat nilai koefisien korelasi setiap butir pernyataan dengan total item lainnya lebih besar dari nilai 0,30. Dari hasil uji ini mengindikasikan bahwa semua butir pertanyaan yang diajukan pada ketiga variabel valid dan layak digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian, dan dapat diikut sertakan pada analisis yang selanjutnya.

3.7.2 Reabilitas

Selain valid, alat ukur juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0.70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (reliabel).

Menurut 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).

Jika instrumen penelitian telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas tersebut diuji. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto,2002:146). Menghitung reliabilitas dengan menggunakan rumus *alpha cronbach*. Pengujian reliabilitas dengan teknik *alpha cronbach* dilakukan untuk jenis data interval atau essay. Rumus koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*:

$$r_{11} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sum \sigma t^2} \right)$$

(Sambas Ali, 2007:38)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas angket

K = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Harga varian butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Harga varian total

Sedangkan rumus variannya adalah:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

(Sambas Ali, 2007:38)

Dimana:

σ^2 = Varians total

$\sum x$ = Jumlah Skor

N = Jumlah responden

Keputusan dalam menentukan reliabel atau tidaknya item instrumen, yaitu sebagai berikut:

1. Item pertanyaan dikatakan reliabel jika, $r_{hitung} > r_{tabel}$.
2. Item pertanyaan dikatakan tidak reliabel jika, $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan metode *alpha-cronbach* diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Kuesioner	Koefisien Reliabilitas	Nilai kritis	Keterangan
Persaingan	0,807	0,70	reliabel
Kualitas produk	0,807	0,70	reliabel

Menurut Barker al (2002:70) standar mengujian reabilitas dan validitas yaitu bisa dilihat pada tabel 3.7 :

Tabel 3.6
Standar Pengujian Reabilitas dan Validitas

	Reliability	Validity
Good	0,80	0,50
Acceptable	0,70	0,30
Marginal	0,60	0,20
Poor	0,50	0,10

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari keseluruhan responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam menganalisis data ini mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis respondennya, menstabilasi dari tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab masalah dan melakukan perhitungan untuk mengajukan hipotesis yang telah dianjurkan. Sugiyono (2003:196)

Setelah data-data terkumpul maka langkah selanjutnya ialah melakukan analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Statistik yang digunakan dalam penelitian ini ialah statistik parametris dimana data yang digunakan ini data-data yang berskala minimal interval. penulis juga menggunakan skala ordinal maka perlu ditingkatkan menjadi interval melalui MSI.

3.9 Analisis Regresi Berganda

Tujuan dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Maka dengan dilakukannya penelitian dengan menggunakan teknik analisis regresi linier. Dan untuk memprediksi pengaruh persaingan, kualitas produk dan promosi terhadap volume penjualan rumah makan Soto di Kota Tasikmalaya maka penulis menggunakan teknik analisis regresi berganda untuk menguji variabel X terhadap Y. Bentuk persamaan dari regresi linier berganda ialah :

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

Sudjana (1992:347)

Regresi linier berganda dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$, untuk menghitungnya dapat menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$\sum Y = an + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2$$

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

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

Sugiyono(2007:278)

Dengan berdasarkan rumus diatas maka diimplikasikan dengan masalah yang diteliti dengan menggunakan persamaan regresi berganda yaitu ialah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Volume Penjualan

X₁ : Pengaruh Persaingan

X₂ : Kualitas Produk

X₃ : Promosi

a : Konstanta

b₁b₂ : Koefisiensi masing-masing variabel.

3.10 Pengujian Hipotesis

Untuk pengujian dalam penelitian ini pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen maka harus diadakan pengujian hipotesis. Adapun rumus untuk pengujian tersebut sebagai berikut :

1. Pengujian Koefisien Regresi Ganda secara Simultan (uji F)

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

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad \text{Sugiyono (2009: 235)}$$

R = Koefisien kolerasi ganda

k = Jumlah variable Independen

n = Jumlah anggota sampel

Untuk menerima atau untuk menolak hipotesis. H₀ diterima jika F_{hitung} < F_{tabel} dan menolak H_a jika F_{hitung} > F_{tabel}. Tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0.05, pada taraf signifikansi 95%.

2. Dilakukan untuk uji hipotesis, dilakukan uji t statistik dengan rumus :

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

Sudjana (1996:320)

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan menguji nilai t_{hitung} . Uji t bertujuan untuk menguji tingkat signifikan dari setiap variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3) secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Kriteria untuk menolak atau menerima hipotesis, pada tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0.05, pada taraf signifikan 95% adalah: Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti menolak H_0 dan menerima H_a sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti menerima H_0 dan menolak H_a .

3.11 Uji Koefien Determinasi Multiple (R^2)

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. Arikunto (2004:162)

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

Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y , maka digunakan rumus KD (koefisien determinasi), yaitu :

$$KD = r^2 \times 100\%$$