

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan dari bulan Februari Sampai dengan bulan April kurang lebih dua bulan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi penetapan harga yang diterapkan CV. Mondasari Bakery terhadap minat beli bursa kue, pasar senen, jakarta pusat. Penulis memilih lokasi penelitian ini karena untuk mempermudah penelitian dan bisa langsung meneliti kepada pelanggan secara akurat.

B. Metode Penelitian

1. Populasi dan sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di teliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.

Adapun populasi yang penulis lakukan dalam penelitian ini adalah konsumen CV. Mondasari Bakery, Bursa Kue

¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: PT. RINEKA CIPTA, 2010), 173.

Subuh, Pasar Senen, Jakarta Pusat. dalam penelitian ini jumlah populasinya adalah 640.²

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian atau yang dapat mewakili populasi yang sedang diteliti secara rinci.³ Sampel yang baik adalah sampel yang memiliki populasi atau yang representatif, artinya yang dapat menggambarkan keadaan populasi atau mencerminkan populasi secara maksimal.

Adapun sampel sebagai data yang dapat ditarik adalah dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah populasi dari seluruh konsumen yang melakukan transaksi pembelian sebanyak 640 konsumen. sedangkan jumlah responden yang dapat ditarik sebagai sampel 86 responden. Jumlah kelayakan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dapat diketahui dengan menggunakan rumus pendapat slovin yang dikemukakan oleh Husain Umar (2004 :48). Sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N (a)^2}$$

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

² Wawancara dengan Bapak Sartono, tanggal 5 Maret 2017 di Kue Bursa Subuh Pasar Senen Jakarta Pusat.

³Husein Umar, *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada,2008), 57

a =Prosentasi kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan misalkan 1% - 10% pada batas-batas kesalahan.

$$n = \frac{N}{1 + N (a)^2}$$

$$n = \frac{640}{1 + 640(0,1)^2}$$

$$n = \frac{640}{7.4} = 86.486$$

$$n = 86,486 = 86 \text{ Konsumen}$$

Kemudian dalam menentukan sampel, penulis menggunakan teknik *Quota Sampling* dimana metode ini memilih sampel yang mempunyai cirri-ciri tertentu dalam jumlah atau kuota yang diinginkan sehingga dapat mewakili dari jumlah tertentu.

2. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian meliputi dua jenis data yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh organisasi yang menerbitkan atau menggunakannya.⁴ Ataupun data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti.⁵Merupakan data yang bersumber dari hasil penyebaran kuesioner dari pelanggan CV. Mondasari Bakery

⁴ Soeharto & Lincolin Arsyad, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: UUP STIM YKPN, 2008), 70.

⁵ Sugiarto, dkk, *Teknik Sampling*, 16-17.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya.⁶

3. Teknik Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran

a. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat digunakan alat pengumpulan data yang tepat agar memperoleh kesimpulan yang benar. Dalam penelitian ini digunakan tiga pengumpulan data, yaitu:

1) Teknik Kuesioner (Angket)

Merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui.⁷ Angket yang digunakan adalah tipe pilihan untuk memudahkan bagi responden dalam memberikan jawaban, karena alternatif jawaban sudah disediakan dan hanya membutuhkan waktu yang lebih singkat untuk menjawabnya.

2) Teknik Wawancara

Metode ini digunakan untuk melengkapi data yang belum terungkap dalam angket, mengenai gambaran pelanggan dalam melakukan proses transaksi dengan menggunakan pedoman sejumlah pertanyaan untuk memperoleh data yang menunjang penelitian tersebut.

⁶ Soeharto & Lincoln Arsyad, *Metodologi Penelitian*, 71.

⁷ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2010), 21.

3) Metodologi Observasi

Metode ini digunakan dengan cara langsung datang ke lokasi penelitian yaitu CV. Mondasari Bakery.

b. Skala Pengukuran

Skala yang digunakan dalam penyusunan kuesioner adalah skala Likert, yaitu skala yang berisi tingkat jawaban yang merupakan skala jenis ordinal sebagai berikut:

- 1) Sangat Tidak Setuju (STS), diberi skor 1
- 2) Tidak Setuju (TS), diberi skor 2
- 3) Netral (N), diberi skor 3
- 4) Setuju (S), diberi skor 4
- 5) Sangat Setuju (SS), diberi skor 5

C. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika hitung tiap butir lebih besar dari r tabel dan r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Pengujian validitas digunakan dengan uji satu sisi, taraf signifikan 10% dengan $df = n-2$. Pengukuran validitas dilakukan dengan rumus *product moment*, sebagai berikut.⁸

⁸ Husein Umar, *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*, 54.

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r = Validitas Instrument

N = Jumlah Sampel

$\sum X$ = jumlah dari variabel X

$\sum Y$ = jumlah dari variabel Y

b. Uji Reliabilitas

Uji ini berguna untuk menetapkan instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat menggunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama.⁹ Instrumen yang andal adalah instrumen yang kuat (*robust*), instrument tersebut bekerja dengan baik pada waktu yang berbeda-beda dan dalam kondisi yang berbeda-beda.

Suatu kuesioner dikatakan handal jika jawaban seseorang terdapat pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan perhitungan SPSS 16.00.

2. Uji Asumsi Klasik

Pegujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada agar dapat menentukan model analisis yang tepat. Data yang digunakan sebagai model regresi linier sederhana dalam

⁹ Husein Umar, *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 57.

menguji gipotesis haruslah menghindari kemungkinan terjadi penyimpangan asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:¹⁰

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika variance dari pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut

¹⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Cet IV*, 110.

heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.¹¹

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di- *studentized*.

Dasar analisis:¹²

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan. Koefisien regresi dihitung dengan tujuan yaitu meminimumkan

¹¹ Husein Umar, *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*, 84.

¹² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Cet IV*, 105.

penumpangan antara nilai estimasi variabel dependen berdasarkan data yang ada.¹³

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Variabel Dependen

X = Variabel Independen

a = Intersip

b = Koefisien Variabel X

Tabel 3.1

Pedoman untuk memberi interpretasi koefisien korelasi

| Koefisien kolerasi | Arah hubungan | Tafsiran |
|--------------------|-------------------|-----------------------|
| 0,00-0,20 | Positif / Negatif | Korelasi sangat lemah |
| 0,21-0,40 | Positif / Negatif | Korelasi lemah |
| 0,41-0,60 | Positif / Negatif | Korelasi sedang |
| 0,61-0,80 | Positif / Negatif | Korelasi kuat |
| 0,81-1,00 | Positif / Negatif | Korelasi sangat kuat |

Sumber sugiona “sugiono statistik untuk penelitian”

4. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dipenden. Dengan sebagai berikut:

¹³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Cet IV* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 81.

- 1) Jika probabilitas (signifikansi) lebih besar dari 0,10 (α), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika probabilitas (signifikan) lebih kecil dari 0,10 (α), maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria penguji:

- a) H_0 diterima dan H_a ditolak jika t hitung kurang dari t tabel. Artinya variabel independen tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b) H_0 ditolak dan H_a diterima jika t hitung lebih besar dari t tabel. Artinya variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang terkecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

D. Oprasional Variabel Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel ini meliputi satu variabel independen (X), yaitu strategi penetapan harga, dan satu variabel dependen (Y), yaitu minat beli. Pengertian variabel ini kemudian diuraikan menjadi dua yaitu:

a. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktifitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk dipasaran tertentu.¹⁴ Dalam penelitian ini penulis akan memfokuskan strategi penetapan harga. Adapun Indikator yang digunakan dalam penetapan harga antara lain:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Diskon/potongan harga
- 3) Penetapan harga jual
- 4) Pertumbuhan harga pesaing
- 5) Elastisitas Harga

b. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Banyak faktor yang mempengaruhi terbentuknya minat beli, namun dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli kepada perusahaan yaitu strategi penetapan harga.

¹⁴Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra dan Dadi Ardiana. *Pemasaran Strategik*. (Yogyakarta: Penerbit ANDI 2008), 283.

Menurut Ferdinand minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:¹⁵

- 1) Minat transaksional
- 2) Minat refrensial
- 3) Minat preferensial
- 4) Minat eksploratif

Definisi oprasional merupakan penjabaran akan defisi variabel dan indikator pada penelitian ini. Selanjutnya definisi operasional menggambarkan pula pengukuran atas variabel dan indikator yang dikembangkan pada penelitian ini.

Tabel 3.2
Definisi Oprasional Variabel dan Indikator Strategi Penetapan Harga

| Variabel X | Devinisi Oprasional Variabel | Sub Variabel | Indikator |
|-------------------|--|-----------------------|--|
| | Dalam persaingan bisnis, penetapan harga menjadi tolak ukur | Keterjangkauan harga | 1. Harganya terjangkau 2. Kualitas produk |
| | produk oleh konsumen dan perolehan laba yang diinginkan oleh produsen. Untuk menyikapi itu para produsen harus | Diskon/potongan harga | 1. Pengurangan harga 2. Bonus |

¹⁵ Ferdinand, *Metode Penelitian Managemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 129.

| | | | |
|--|--|----------------------------------|---|
| <p>Strategi Penetapan Harga</p> | <p>menggunakan strategi dalam penetapan harga atas produknya. Berikut ini berbagai pilihan teknik/strategi penetapan harga: Strategi Penetapan Harga Produk Baru, dan Strategi Penetapan Harga Berdasarkan Presepsi Pelanggan Mengenai Nilai</p> | <p>Elastisitas Harga</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. harganya selalu stabil 2. Harganya konsisten |
| | | <p>Penetapan harga jual</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Harganya relatif murah 2. Ketejangkauan harga |
| | | <p>Pertumbuhan harga pesaing</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga relatif murah 2. Harga pembandingan antar pesaing |

Sumber : Adaptasi dari berbagai sumber yang dikembangkan pada penelitian ini.

Tabel 3.3

Definisi Operasional Variabel Dan Indikator Minat Beli.

| Variabel Y | Definisi Oprasional Variabel | Sub Variabel | Indikator |
|-------------------|--|---------------------|---|
| Minat Beli | Minat beli adalah tahap kecenderungan seseorang dalam bertindak sebelum memutuskan untuk benar-benar membeli atau tidak, jadi minat beli hanya sebatas keinginan saja meskipun demikian minat dapat mempengaruhi bahkan berpengaruh terhadap keputusan dalam | Minat transaksional | 1. Kebutuhan konsumen 2. Kegemaran konsumen |
| | | Minat refrensial | 1. Mereferensikan ke konsumen lain 2. Mengajak konsumen lain |
| | | Minat preferensial | 1. Produk nya beraneka ragam 2. Banyak aneka rasa |
| | | Minat exploratif | 1. Komposisi produk 2. Infomasi produk |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | membeli. Dalam Kamus Besar Bahasa Indoensia minat beli adalah kecendrungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah dan keinginan. | | |
|--|---|--|--|

Sumber : Adaptasi dari berbagai sumber yang dikembangkan pada penelitian ini.