BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini, penulis mengamati implementasi bauran pemasaran dan pengemasan dalam meningkatkan penjualan kerupuk ikan yang ada pada Poklahsar (Kelompok Pengolah dan Pemasar) Nuansa Bahari berdasarkan wawancara dan observasi melalui kuisioner yang diberikan kepada pembeli atau yang pernah membeli kerupuk ikan. Penelitian ini dilakukan di Poklahsar (Kelompok Pengolah dan Pemasar) Nuansa Bahari yang beralamat di Kp. Masjid, Desa Kalanganyar, Kecamatan Labuan, Kabupaten Pandeglang.

Adapun alasan penulis mengambil lokasi disini adalah karena Poklahsar (Kelompok Pengolah dan Pemasar) Nuansa Bahari merupakan kelompok yang sudah berdiri lebih dari 20 tahun, dan menjadi kelompok binaan dari Dinas Perikanan. Penelitian ini dilakukan pada bulan November – Desember 2017.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk

menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala [1] . Kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara- cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu didalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel. Dalam pendekatan kuatitatif hakikat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif[2].

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field reseach).* Penelitian lapangan adalah penelitian yang langsung yang langsung dilakukan dilapangan atau kepada responden. [3] Mengingat jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, maka dalam pengumpulan data, penulis menggali data-data yang berkenaan dengan penerapan strategi pemasaran dan bauran pemasaran, serta tingkat penjualan kerupuk pada pengolah dan pemasar hasil perikanan Nuansa Bahari di Labuan.

C. Sumber Data

Dalam penelitian ini digunakan dua metode pengambilan data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer yaitu data pokok yang diperoleh dari lapangan secara langsung. [4]

---

[1] V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi,...* hlm. 49-50

[2], V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*,…hal. 39

[3] Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metode Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian,* CV. Andi Offset, Yogyakarta, 2010, hlm. 28

[4] Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis,* Rajawali Pers, Jakarta, 2000, hlm. 42

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari lapangan melalui wawancara menggunakan kuisioner kepada pembeli yang pernah membeli kerupuk ikan Poklahsar (Kelompok Pengolah Dan Pemasar) Nuansa Bahari di Labuan dan sekitarnya.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada atau diperoleh dari perpustakaan dan laporan-laporan penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini data diperoleh dari internet, jurnal, buku-buku perpustakaan dan dokumentasi yang memberikan informasi tentang strategi pemasaran dan tingkat penjualan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data. Adapun metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.[5] Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai rumusan masalah yang disusun. Penelitian dengan observasi berarti turun langsung ke pengolah dan pemasar kerupuk ikan Labuan

[5] V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*,… hlm. 94

untuk melihat secara langsung proses strategi pemasaran yang digunakan perusahaan.

a. Wawancara

Wawancara adalah sejumlah pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden secara lisan. [6] Hal itu haruslah dilakukan secara mendalam agar kita mendapatkan data yang valid dan detail.

1) Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. [7] Menurut Sugiyono pertanyaan tidak terlalu panjang, sehingga akan membuat jenuh responden dalam mengisinya. Disarankan empirik jumlah pertanyaan yang memadai adalah antara 20 s/d 30 pertanyaan. Kuesioner dibagikan kepada para konsumen atau kepada yang pernah membeli kerupuk ikan dibantu oleh dua orang petugas lapang dari Unit Pelaksana Teknis Dinas Perikanan yang berdomisili di Labuan. Pengukuran jawaban dari kuesioner yang dilakukan menggunakan pengukuran skala *Likert,* skala ini digunkan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosila. [8] Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 5 point skala dengan skor yang dapat diberikan sebagai

berikut:

---

[6] V. Wiratna Sujarweni *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi,...* hlm 97

[7] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D,* Alfabeta, Bandung, 2012, hlm. 142

[8] Sugiyono *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D,…* hlm 144

b. Sangat Setuju (SS) : 5

c. Setuju (S) : 4

d. Ragu-ragu (RR) : 3

e. Tidak Setuju (TS) : 2

f. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

2) Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara mengumpulkan data atau mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah, agenda, dan sebagainya. [9] Dalam penelitian ini dokumentasi didapatkan dari pihak pengolah dan pemasar Nuansa Bahari kerupuk ikan tentang informasi yang dibutuhkan.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[10] Populasi yang menjadi nara sumber dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pembeli kerupuk ikan atau yang pernah membeli, yang jumlah rata-rata konsumen yang datang langsung ke Poklahsar (Kelompok Pengolah dan Pemasar) Nuansa Bahari mencapai 150 konsumen perbulannya.

---

[9] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik,* Rineka Cipta, Bandung, 2006, hlm. 231

[10] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D ,...* hlm. 115

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menemukan ukuran sampel, digunakan metode teknik *Simple Random Sampling* atau sampel acak sederhana yaitu sampel diambil secara acak dari semua populasi, dimana semua anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel.[11] Pemilihan sampel penelitian menggunakan rumus slovin seperti dikutip dalam buku V. Wiratna Sujarweni adalah sebagai berikut:[12]

$$\mathbf{n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Persentase tingkat kesalahan (catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,1) .Berdasarkan rumus diatas, sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{150}{1+(150 \times 0{,}1^2)}$$

$$= \frac{150}{1+(150 \times 0{,}01)}$$

= 60(Responden)

Berdasarkan perhitungan dengan rumus diatas, didapatkan 60

[11] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D,...* hlm. 118

[12] V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*,… hlm 82

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Validitas berarti kesucian alat ukur dengan apa yang hendak diukur artinya alat ukur yang digunakan dalam pengukuran dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Jadi validitas adalah seberapa jauh alat dapat diukur hal atau subjek yang ingin diukur. [13]

Uji reabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan butir pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner.[14] Uji ini menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Dalam hal ini uji reliabilitas digunakan dengan komputerisasi program SPSS 20 dengan menggunakan teknik *alpha cronbach,* jika nilai pada hasil reliabilitas > 0, 60 maka reliabilitas pernyataan dapat diterima, sebaliknya apabila nilai pada hasil reliabilitas < 0, 60 makahasil tersebut tidak reliabilitas atau tidak diterima.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bisa, dan konsisten. Uji ini digunakan untuk melihat ada tidaknya penyimpangan asumsi model klasik

[13] Sugiyono *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D,...* hlm. 121
[14] V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*,… hlm 108

yakni dengan pengujian normalitas, multikolonieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi sebagai berikut:

a. Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah kedua model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogrov smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpilan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikan > 0,05 maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan < 0,05 maka variabel tidak berdistribusi normal.[15]

b. Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya satu atau lebih variabel bebas yang mempunyai hubungan dengan variabel bebas lainnya.[16] Selain itu bentuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Bila nilai VIF < 10 dan nilai toleransinya > 0,1 atau 10 %, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinieritas

c. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untukmenguji terjadinya perbedaan variance residual

[15] V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*,… hlm. 112

[16] Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*, Gaya Media, Yogyakarta, 2007, hlm. 63

suatu periode pengamatan yang lain. Cara menguji ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterpolt*, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.[17]

d. Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadiya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan lain yang disusun menurut runtut waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi.[18]

Menurut Arum Janie[19], salah satu cara yang umum digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi dalam regresi linier berganda adalah dengan *uji Durbin Watson* (DW). Suatu model regresi dinyatakan tidak terdapat permasalahan autokorelasi apabila :

du < d < 4 – du

Dimana :

d = Nilai Durbin Watson hitung

du = Nilai batas atas / *upper* Durbin Watson tabel.

---

[17] V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi,…* hlm. 159

[18] Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm. 158

[19] Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Bergaanda dengan SPSS*, Semarang University Press, Semarang, 2012, hlm. 30

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi linier berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut:[20]

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_{4\ dst...}$$

Keterangan :

Y = Tingkat penjualan

a = Konstanta

b1 = koefisien regresi untuk X1

b2 = koefisien regresi untuk X2

b3 = koefisien regresi untuk X3

b4 = koefisien regresi untuk X4

X1 = Harga

X2 = Produk

X3 = Tempat distribusi

X4 = Promosi

B_5 = koefisien regresi untuk X_5

B_6 = koefisien regresi untuk X_6

B_7 = koefisien regresi untuk X_7

[20] V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* …hlm. 160

B_8 = koefisien regresi untuk X_8

X_5 = Merek

X_6 = Bahan

X_7 = Tempat distribusi

X_8 = Promosi

b. Uji Simultan F

Uji f adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas.[21] Kriteria:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terbukti keempat variabel secara simultan mempengaruhi tingkat penjualan. Dengan demikian H_1 diterima dan Ho ditolak.

2. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka terbukti keempat variabel secara simultan tidak mempengaruhi tingkat penjualan. Dengan demikian Ho diterima dan H_1 ditolak

c. Koefesien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi (R^2) ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya.[22]

Adapun dalam penelitian ini menggunakan statistik *SPSS* 20.

[21] V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* …hlm. 160
[22] V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* hlm. 164

d. Uji t (Uji Parsial)

Uji t adalah pengujian koefesien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen (X) secara parsial. Kriteria pengujian tingkat signifikansi (α) = 0,05. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji t dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Apabila Thitung > Ttabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.
2) Apabila Thitung < Ttabel, maka H0 diterima dan Ha ditolak, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.[23]

[23] V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* …hlm. 162