

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di CV. Multi Fungsi Pratama, yang berlokasi di Jalan STM Gg. Aman No. 54 C, Medan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini penulis rencanakan mulai dari Juni s/d September 2019.

Tabel 3.1.
Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan															
		Juni				Juli				Ags				Sept			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan dan Pengesahan Judul	■	■														
2	Persiapan Instrumen Penelitian					■	■	■	■								
3	Seminar Proposal											■	■				
4	Pengumpulan Data											■	■				
5	Pengolahan Data											■	■				
6	Analisis Data dan Evaluasi													■	■		
7	Penyempurnaan dan Penulisan Laporan														■	■	■
8	Sidang Meja Hijau																■

3.2. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono dalam Rusiadi dkk (2016:30) 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. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen CV. Multi Fungsi Pratama Medan yang berjumlah 139 responden.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono dalam Rusiadi dkk, 2016:31). Memperhatikan uraian di atas, karena konsumen CV. Multi Fungsi Pratama Medan berjumlah 139, maka digunakan metode slovin, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$
$$n = \frac{139}{1 + 139 (0,10)^2}$$
$$n = \frac{139}{1 + 1,39}$$
$$n = \frac{139}{2,39}$$

$n = 58,16$ dibulatkan menjadi 59.

Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 59 responden.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Rusiadi dkk, 2016:12). Dalam penelitian ini variabel bebasnya diversifikasi produk (X_1) dan diferensiasi produk (X_2), sedangkan variabel terikatnya adalah target pasar (Y). Jadi penelitian ini untuk membuktikan apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

3.3.2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari CV. Multi Fungsi Pratama Medan.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data serta informasi yang dibutuhkan, digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Angket (*Quesioner*) yaitu dengan membagikan daftar pertanyaan yang masing-masing disesuaikan dengan variabel yang diteliti.

2. Study Dokumen yaitu mempelajari data atau laporan-laporan perusahaan yang relevan dengan penelitian.
3. Teknik wawancara (interview) yaitu tanya jawab dengan cara mengadakan komunikasi langsung pada pihak yang terkait untuk memperoleh data dan informasi yang diinginkan.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dipergunakan untuk memberikan penjelasan mengenai batas-batas yang akan dibahas atau diteliti, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.2.
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala ukur
Diversifikasi produk (X ₁)	Strategi diversifikasi yaitu strategi mengembangkan produk untuk pasar baru. Sumber : Tjiptono dan Chandra (2017:125)	1. Membuat produk tahan lebih lama 2. Mengarah kepada produk siap konsumsi/digunakan 3. Kebutuhan dan harapan konsumen 4. Memberi nilai tambah Sumber : Tjiptono dan Chandra (2017:130)	Likert
Diferensiasi produk (X ₂)	Diferensiasi produk adalah kegiatan memodifikasi produk agar menjadi barang yang menarik. Sumber : Sudaryono (2016:214)	1. Keistimewaan/fungsi (<i>feature</i>). 2. Kualitas kesesuaian (<i>conformance quality</i>) 3. Daya tahan (<i>durability</i>) 4. Gaya (<i>style</i>) 5. Rancangan (<i>design</i>) Sumber : Kristanto (2011:113-114)	Likert
Target pasar (Y)	Terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu serta mau dan mampu turut	1. Dapat diukur (<i>measurable</i>) 2. Dapat dicapai atau dijangkau (<i>accessible</i>) 3. Cukup luas (<i>substantial</i>) 4. Berbeda (<i>distinctive</i>) 5. Dapat dilaksanakan	Likert

	dalam pertukaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan itu. Sumber : Abdullah dan Tantri (2017:19)	(<i>actionable</i>) Sumber : Setiadi (2010:67-68)	
--	---	--	--

Sumber : data diolah, 2019.

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert sebagai alat mengukur sikap pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial (Noor, 2017 : 126). Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan di ukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan di uji.

3.6. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau *valid* tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan *valid* jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan peningkatan. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan *valid* (Noor, 2017 : 130).

Kriterianya adalah :

Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut *valid*.

Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut tidak *valid*.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat pengukur mempunyai kehandalan dalam mengukur. Untuk menentukan suatu instrumen reliabel atau tidak maka bisa digunakan batas nilai *Alpha* () 0,6 (Noor, 2017 : 132). Kriterianya adalah:

Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka pernyataan reliabel.

Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka pernyataan tidak reliabel.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Jika terdapat dua variabel penelitian yang sudah diketahui mana yang variabel bebas X (independen) dan variabel terikat Y (dependen), lalu akan dihitung atau dicari nilai-nilai Y yang lain berdasarkan nilai X yang diketahui, langkah penyelesaiannya adalah melalui rumus regresi linear berganda (Rusiadi dkk, 2016 : 143) :

Regresi linier berganda

$$Y = a + b_1X_1 + B_2X_2 + e$$

$$Y = \text{Target pasar}$$

$$a = \text{nilai konstanta}$$

$$b = \text{koefisien regresi berganda}$$

$$X_1 = \text{Diversifikasi produk}$$

$$X_2 = \text{Diferensiasi produk}$$

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh diversifikasi produk (X_1) dan diferensiasi produk (X_2) terhadap target pasar (Y), selanjutnya digunakan perangkat lunak komputer dengan menggunakan program SPSS Versi 20.0.

3. Uji Asumsi Klasik

Mengingat data penelitian yang digunakan adalah data sekunder, maka untuk memenuhi syarat yang ditentukan sebelum uji hipotesis melalui uji t dan uji F maka perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang digunakan yaitu autokorelasi, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas Data

Menurut Noor (2017 : 144), Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk melihat distribusi data normal atau tidak menggunakan analisa statistik, sebab uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Noor (2017 : 151) mengemukakan bahwa multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada tidaknya hubungan multikolinieritas diantara variabel-variabel bebas dengan

variabel terikat dapat dilihat pada *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas dan mempunyai angka *tolerance* mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF di bawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Noor (2017 : 158) mengemukakan bahwa heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada *scatter plots* regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Dilakukan untuk menguji setiap variabel bebas apakah ada pengaruh positif atau signifikan terhadap variabel terikat, model hipotesis yang digunakan dalam uji t ini adalah :

$H_0 : b_1, b_2 = 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_a : b_1, b_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Nilai uji t statistik akan dibandingkan dengan nilai t tabel dengan tingkat kesalahan = 5 %. Kriteria uji yang digunakan :

H_0 diterima bila $t_{hitung} < t_{tabel}$

H_a diterima bila $t_{hitung} > t_{tabel}$

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat secara bersama-sama apakah ada pengaruh positif atau signifikan dari variabel bebas yang terdiri dari diversifikasi produk (X_1) dan diferensiasi produk (X_2) terhadap target pasar yaitu variabel terikat (Y), model hipotesis yang digunakan dalam uji F-statistik ini adalah :

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$, artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$, artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

Nilai F statistik akan dibandingkan dengan nilai F tabel dengan tingkat kesalahan = 5 %. Kriteria uji yang digunakan :

H_0 diterima bila $F_o < F_{tabel}$

H_a diterima bila $F_o > F_{tabel}$

5. Koefisien Determinan (R^2)

Determinan digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan kata lain koefisien determinan digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas yang diteliti yaitu diversifikasi

produk (X_1) dan diferensiasi produk (X_2), sedangkan variabel terikat adalah target pasar (Y). koefisien determinant (R^2) berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$). Hal ini berarti bila $R^2=0$ menunjukkan tidak adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

