

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan yang dapat dibuktikan sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah yang ada. Nazir (1998 : 52) berasumsi bahwa metode penelitian adalah “Bagaimana secara berurut penelitian dilakukan, yaitu dengan alat apa dan bagaimana suatu penelitian dilakukan.” Dimana sebuah metode penelitian diperlukan untuk memperoleh data yang relevan dengan tujuan dan sasaran serta untuk mengadakan pendekatan terhadap obyek yang akan diteliti.

##### A. Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian seperti telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka jenis penelitian yang dilakukan ini termasuk jenis penelitian deskriptif, yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk membuat gambaran atau deskripsi tentang suatu fenomena sosial yang kemudian dicari hubungannya. Menurut Arikunto (1996:309), penelitian deskriptif merupakan “Penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.”

##### B. Konsep, Variabel, dan Skala Pengukuran

Konsep adalah abstraksi mengenai suatu fenomena yang dirumuskan atas dasar generalisasi dari sejumlah karakteristik kejadian, keadaan, kelompok/individu tertentu (Effendi dan Singarimbun, 1995 : 34). Sedangkan variabel adalah sesuatu yang mempunyai variasi nilai (Effendi dan Singarimbun, 1995 : 42). Dengan adanya permasalahan yang ada dalam penelitian dan kajian teori yang digunakan, maka dalam penelitian ini terdapat dua konsep, yaitu konsep pengembangan produk dan konsep penjualan.

###### 1. Konsep Pengembangan Produk

Konsep pengembangan produk diartikan sebagai segala usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produk yang sesuai dengan keinginan

dan kebutuhan konsumen dengan tujuan agar dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan. Variabel dari konsep ini adalah ragam produk, yaitu seluruh produk yang dihasilkan perusahaan. Indikator dari bauran produk meliputi jumlah produk lama serta jumlah produk baru yang dihasilkan.

## 2. Konsep Penjualan

Konsep penjualan didefinisikan sebagai kegiatan mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan dan agar kebutuhan serta keinginan pembeli dapat terpenuhi. Dalam konsep ini terdapat variabel yang berupa volume penjualan yang diartikan sebagai banyaknya barang yang terjual dalam periode tertentu. Indikatornya berupa volume penjualan sebelum pengembangan dan volume penjualan sesudah pengembangan.

Perincian lebih lanjut dari rumusan konsep, variabel, dan indikator dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1. Konsep, Variabel, dan Indikator**

Konsep	Variabel	Indikator
Pengembangan produk	Ragam produk	Jumlah produk lama
		Jumlah produk baru
Penjualan	Volume penjualan	Volume penjualan sebelum pengembangan
		Volume penjualan sesudah pengembangan

## Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala rasio. Menurut Umar (2002 : 97) “Skala Rasio mencakup ketiga skala lainnya, yakni Skala Nominal, Skala Ordinal, dan Skala Interval ditambah dengan sifat lain, yaitu bahwa ukuran ini mempunyai titik nol yang sama”. Dengan adanya titik nol tersebut maka skala rasio dapat dibuat perkalian maupun pembagian.

## C. Sumber Data

Sumber data menunjukkan tempat maupun bagian dari organisasi perusahaan atau subyek orang tertentu sebagai sumber memperoleh data. Menurut Arikunto (1996 : 102) sumber data dalam penelitian adalah “Subjek dari mana data diperoleh.” Jika data sumber data kurang atau tidak dapat dipercaya, maka dengan sendirinya data yang diperoleh juga tidak dapat dipercaya. Dari penelitian

ini data diperoleh langsung dari perusahaan dan para pengecer. Untuk memperoleh memperoleh data dalam penelitian ini digunakan data yang terdiri dari:

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan suatu data yang diperoleh dari orang pertama atau subyek penelitian yang diperoleh dari wawancara langsung dengan pemilik atau pihak yang bersangkutan. Data primer ini diperoleh dari manajemen perusahaan dan dari pegawai perusahaan.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak perusahaan secara langsung di mana data tersebut dalam bentuk jadi berupa publikasi. Sehingga data sekunder merupakan data primer yang sudah diolah lebih lanjut yang kemudian disajikan oleh pihak pengumpul data primer. Data tersebut antara lain berbentuk tabel-tabel yang diperoleh dari laporan, dokumen perusahaan dan bahan kepustakaan.

### **D. Pengumpulan Data**

#### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian merupakan tempat dimana perusahaan yang akan diteliti berada. Penelitian ini mengambil lokasi pada Perusahaan Jamu PT. PAYUNG PUSAKA MANDIRI yang beralamat di Jalan Raya Minggiran 38, Bangsongan, Kabupaten Kediri. Alasan pemilihan lokasi ini karena pada perusahaan tersebut terdapat upaya pengembangan produk sehingga diharapkan data yang ada dapat digunakan untuk mendukung penelitian.

#### **2. Metode Pengumpulan Data**

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini melalui studi lapangan yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan dan penelitian langsung di lapangan atau obyek penelitian. Terdiri dari:

##### a. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan suatu pertanyaan secara langsung kepada pihak-pihak yang berkaitan dan yang mempunyai wewenang

dalam perusahaan di mana mereka dapat memberikan informasi yang diperlukan.

b. Observasi

Yaitu pengumpulan data dengan teknik pengamatan langsung dan mengetahui data yang terdapat pada obyek yang diteliti.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data jalan mempelajari dan menyalin catatan-catatan atau dokumen-dokumen yang dimiliki oleh perusahaan yang semuanya itu ada hubungannya dengan penelitian.

### 3. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah suatu alat yang digunakan di dalam proses pengumpulan data agar kegiatan tersebut sistematis dan terstruktur, terdiri dari:

a. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara adalah berupa daftar pertanyaan yang diajukan langsung kepada pihak yang bersangkutan agar wawancara yang dilakukan bisa terarah sehingga memperoleh data yang diinginkan.

b. Pedoman Observasi

Pedoman observasi adalah catatan mengenai hal-hal yang memerlukan pengindraan secara langsung terhadap benda, perilaku, proses, ataupun situasi dalam perusahaan untuk mendapatkan data yang diinginkan.

c. Pedoman Dokumentasi

Pedoman dokumentasi adalah berupa alat yang digunakan dalam penelitian sehingga memperoleh data yang diinginkan.

### E. Analisis Data

Analisis data merupakan langkah yang diambil setelah data yang dibutuhkan oleh peneliti terkumpul. Tujuan dari analisis adalah untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan sehingga dapat membantu memecahkan masalah masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan diantaranya

adalah dengan Rata-Rata Pertumbuhan (*Averages Growth*), Korelasi *Product Moment* dan Regresi Linier Sederhana.

### 1. Rata-rata Pertumbuhan (*Averages Growth*)

Digunakan untuk mengetahui rata-rata pertumbuhan dari volume penjualan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan sebelum dan setelah pengembangan produk. Menurut Dajan (1984 : 157) persamaan dari rata-rata pertumbuhan adalah:

$$AG = \left[ \sqrt[n]{\frac{P_n}{P_0}} - 1 \right] \times 100\%$$

Dimana:

$P_n$  = nilai pada tahun ke- $n$

$P_0$  = nilai pada tahun dasar

$AG$  = rata-rata pertumbuhan

### 2. Korelasi *Product Moment*

Korelasi *product moment* dipakai untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara 1 variabel independen dengan 1 variabel dependen. Formulasi rumus tersebut menurut Algifari (2003 : 202) adalah:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

$r$  = koefisien korelasi variabel  $x$  dan  $y$

$x$  dan  $y$  = deviasi variabel  $x$  dan  $y$

$\sum xy$  = total hasil kali  $x$  dan  $y$

$n$  = jumlah pengamatan

**Tabel 2. Pedoman Intepretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,00	Sangat kuat

### 3. Regresi Linier Sederhana

Teknik ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengembangan produk dalam mempengaruhi peningkatan penjualan. Menurut Algifari (2003 : 174), formulasi rumusnya adalah:

$$y = a + bx$$

$$a = y - bx$$

$$b = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Dimana:

$a$  = bilangan konstanta

$b$  = angka arah/ koefisien regresi

$n$  = jumlah pengamatan

$y$  = subyek dalam penelitian yang diprediksikan

$x$  = subyek pada variabel independen yang punya nilai tertentu

#### 4. Uji-t Beda

Analisis ini digunakan untuk menguji beda antara dua buah *Mean*, dapat dihitung dengan rumus menurut Algifari (2003 : 86 - 87) yaitu:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left[ \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

$$d_f = n_1 + n_2 - 2$$

Dimana:

$\bar{X}_1$  = rata-rata sebelum pengembangan

$\bar{X}_2$  = rata-rata sesudah pengembangan

$s$  = standar deviasi

$n$  = jumlah periode amatan

$d_f$  = *degree of freedom*

Perhitungan analisis Uji-t Beda ini menggunakan program komputer SPSS 11,5 *for Windows*.