

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian bersifat Kualitatif yang di Kuantitatifkan. Data-data dari penelitian ini dikumpulkan lalu diolah dan di analisis. Adapun penjelasan kedua data tersebut sebagai berikut :

1. Penelitian Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2016:45) Penelitian Kuantitatif adalah penelitian yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan. Jadi penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan cara teknik statistik. Data tersebut dapat berupa angka dan biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpulan data.

2. Penelitian Kualitatif

Menurut Sugiyono (2015:46) Penelitian kualitatif adalah data riset yang bersifat penjelasan dan menggunakan alat analisis. Dalam metode ini, proses penelitian lebih diperhatikan dan landasan teori yang digunakan juga lebih fokus. Penelitian ini lebih subjktif jika dibandingkan penelitian kuantitatif.

B. Tahapan Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen, atau unit penelitian, atau unit analisis yang memiliki ciri atau karakteristik tertentu yang akan dijadikan sebagai objek penelitian atau menjadi perhatian dalam suatu penelitian (pengamatan). Dengan kata lain, populasi adalah objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian (Maman Abdurahman 2011 : 130). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh agen mawaddah yang berada di provinsi Lampung dan populasi yang terjangkau adalah

agen yang berada di Kota Metro pada tahun 2017-2018 yang berjumlah 220 Agen.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016 : 81) menyatakan bahwa sampel diartikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan Metode Slovin yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai kritis atau taraf kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi (misal = 10%, dan seterusnya).

Berdasarkan Metode Slovin diatas maka akan diperoleh besarnya sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{220}{1 + 220(0.10)^2}$$

n = 68,75 agen dibulatkan menjadi 70 responden.

C. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan definisi atau uraian-uraian yang menjelaskan dari suatu variabel-variabel yang akan diteliti yang mencakup indikator-indikator yang ada pada masing-masing variabel. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel penelitian adalah :

a. Orientasi Pelanggan (X1)

Orientasi pelanggan merupakan semua aktivitas yang berkontribusi pada pemahaman perusahaan terhadap kebutuhan dan preferensi para pelanggan targetnya dan kemampuan perusahaan untuk merancang produk dan jasa yang akan memuaskan kebutuhan dan preferensi dari para pelanggan.

b. Inovasi Produk (X2)

Inovasi produk merupakan gambaran dari berbagai proses mulai dari konsep suatu ide baru, penemuan baru, dan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lainnya.

c. Kinerja Pemasaran (Y)

Kinerja pemasaran merupakan ukuran prestasi yang diperoleh dari aktivitas proses pemasaran secara menyeluruh dari sebuah perusahaan atau organisasi.

Tabel 3. Operasional Variabel dan Kisi-Kisi Pertanyaan Kuesioner

No.	Variabel	Indikator	No. Item
1.	Orientasi Pelanggan (X1)	a. Orientasi berbasis sikap	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
		b. Orientasi berbasis perilaku	11,12,13,14,15,16,17,18,19,20
2.	Inovasi Produk (X2)	a. Perluasan lini produk	21,22,23,24,25,26,27

No.	Variabel	Indikator	No. Item
2.	Inovasi Produk (X2)	b. Produk baru	28,29,30,31,32,33
		c. Produk benar-benar baru	34,35,36,37,38,33,39,40
3.	Kinerja Pemasaran (Y)	a. Volume penjualan	41,42,43,44,45,46,47
		b. Pangsa pasar	48,49,50,51,52,53
		c. Pertumbuhan pelanggan	54,55,56,57,58,59,60

Sumber : Data diolah tahun 2020

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi

Metode observasi merupakan metode yang pengamatannya didukung dengan pengumpulan dan pencatatan data secara sistematis terhadap obyek yang akan diteliti. Metode observasi ini digunakan agar pokok permasalahan yang ada dapat diteliti secara langsung pada PD Mawaddah Umulyatama di Kota Metro.

2. Wawancara

Dalam penelitian ini penulis akan mewawancarai pihak yang bersangkutan yakni PD Mawaddah Umulyatama di Kota Metro untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan cara memberi seperangkat pertanyaan ata pernyataan tertulis kepada responden untuk

dijawabnya (Sugiyono, 2010 : 142). Dalam pemberian kuesioner ini nanti peneliti membuat pertanyaan secara logis yang berhubungan dengan masalah. Semua variabel yang akan diteliti akan diukur oleh instrumen dalam bentuk kuesioner kepada responden.

E. Teknik analisis data

a. Pengujian Persyaratan Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen (Arikunto 2010 : 160). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan yaitu mengungkap data variabel yang diteliti tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud, untuk mencari validitas. Uji validitas diukur dengan membandingkan r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif maka butir atau pernyataan tersebut dinyatakan valid (Ghozali,2005:45).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu instrumen cukup dapat dipercaya dan dapat diandalkan untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2006: 178). Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya pula. Reliabilitas instrumen dalam penelitian ini diuji dengan *internal consistency*, yaitu dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu.

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha Chronbach* >0,70. Formula yang digunakan untuk menguji realibilitas instrumen dalam penelitian ini adalah :

$$R_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum ab^2}{abt^2} \right]$$

Keterangan :

R_{11} = Realibilitas instrument/koefisien reliabilitas

K = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum ab^2$ = jumlah varians butir

abt^2 = varians total

1. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas Menurut Ghozali (2013 : 160) mengemukakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengansumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot. Dengan melihat histogram dari residunya. Dasar pengambil keputusan (Ghozali, 2011 : 163) :

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Keterangan :

O_i : Frekuensi observasi pada kelas atau interval.

E_i : Frekuensi yang diharapkan pada kelas 1 didasarkan pada variabel.

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pada

distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan variabel *Kolmogrov-Smirnov* jika hasil angka signifikansi (Sig) lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusikan normal.

2. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang jelas dan dapat dipercaya antara variabel independen (Orientasi Pelanggan dan Inovasi Produk) terhadap variabel dependen (Kinerja Pemasaran).

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara variabel terhadap variabel dependen yaitu pengaruh dari masing-masing variabel independen yang terdiri atas orientasi pelanggan dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran yang merupakan variabel dependennya.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh seluruh variabel independen yaitu orientasi pelanggan (X1) dan inovasi produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kinerja pemasaran (Y).

3. Uji Persamaan

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X1, X2) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif.

Persamaan Regresi Linear Berganda adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Keterangan :

Y : Variabel Dependen (nilai yang diprediksi)

X₁ X₂ X_n : Variabel Independen

a : Konsta (Nilai Y apabila X₁, X₂, X_N = 0)

b₁, b₂, b_n : Koefisien regresi (Nilai peningkatan ataupun penurunan)

4. Koefisiensi Determinasi (R²)

Koefisiensi determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisiensi determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel independen hampir mendekati semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2011 : 97).