

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Kerangka Pemikiran

Tujuan utama setiap kegiatan usaha adalah memperoleh laba sebesar-besarnya dengan biaya produksi seminimal mungkin. Usaha warung steak merupakan salah satu usaha dibidang pengolahan makanan yang mempunyai prospek tinggi untuk meningkatkan pendapatan dari hasil usahanya. Pemasaran merupakan kegiatan pokok yang harus dilakukan untuk mempertahankan suatu usaha agar usaha berkembang dan mendapatkan keuntungan. Bauran pemasaran merupakan inti dari sistem pemasaran yang mengkombinasikan empat variabel yaitu produk, harga, distribusi dan promosi, variabel ini perlu dikoordinir agar sebuah usaha dapat melakukan proses pemasarannya sebaik mungkin, dalam hal ini yang perlu dikoordinasikan seperti produk (kualitas, macam, ukuran dan pelayanan), harga (biaya produksi, pasar/permintaan dan persepsi konsumen), distribusi (pola pendistribusian), serta promosi (media yang digunakan dan biaya). Variabel-variabel tersebut satu sama lain saling berkaitan. Sehingga untuk menciptakan pemasaran yang baik dan berhasil dalam mencapai tujuan usaha serta memberikan kepuasan terhadap konsumen, maka keempat unsur tadi perlu dirancang sebaik mungkin terutama dengan memperhatikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen sesuai dengan konsep pemasaran.

3.2. Hipotesis

Sesuai dengan latar belakang, rumusan masalah, tinjauan pustaka dan manfaat kerangka pemikiran teoritis tersebut diatas, maka penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga ada pengaruh secara serempak bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi dan distribusi terhadap pendapatan.
2. Diduga ada pengaruh secara parsial bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi dan distribusi terhadap pendapatan.

3.3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus. Metode studi kasus adalah suatu metode penyelidikan atau penelitian secara mendalam dari suatu individu, kelompok atau institusi dengan tujuan untuk menentukan faktor-faktor ataupun hubungan antar faktor dari subjek yang diteliti (Sumanto, 1995).

3.4. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Maret – April 2011 yang berlokasi Waroeng Steak & Shake di Kota Semarang. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu yaitu lokasi merupakan warung steak yang terkenal di Kota Semarang, usaha sudah berdiri cukup lama, mempunyai cabang yang

tersebar di Kota Semarang yakni: di Jalan Imam Bonjol 187, Jalan Kartini 43, Jalan Kelud Raya 2, Jalan Sriwijaya 11 dan di Jalan Setiabudi 66.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei yaitu pengamatan atau penyelidikan yang kritis untuk mendapatkan keterangan yang baik terhadap suatu persoalan tertentu didalam lokasi tertentu (Daniel, 2001). Data diperoleh melalui survei dan wawancara langsung terhadap pemilik usaha dan karyawan dengan menggunakan panduan berupa kuisisioner. Data yang diperoleh berupa data primer dan data sekunder.

Data primer diperoleh dari survei langsung ke lapangan dan hasil wawancara dengan menggunakan kuisisioner yang telah disiapkan terlebih dahulu mengenai aspek teknis dan keuangan. Informasi yang meliputi tatalaksana usaha warung steak, strategi pemasaran, biaya, tingkat produksi, harga, hasil penjualan, dan jumlah penerimaan. Data sekunder diperoleh dari data catatan warung dan data dari instansi terkait. Daftar kuisisioner dapat dilihat pada Lampiran 1.

3.6. Analisis Data

Untuk mengetahui bahwa faktor produk, harga, promosi dan distribusi berpengaruh terhadap pendapatan usaha warung steak, data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e \dots \dots \dots (1)$$

Dimana: Y = pendapatan (rupiah)

a = konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = koefisien regresi

X_1 = jumlah produk yang terjual (item)

X_2 = harga jual (rupiah)

X_3 = biaya promosi (rupiah)

X_4 = distribusi (skor)

e = eror

3.7. Uji Hipotesis

1. Uji F

Uji Hipotesis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel tak bebas (Y) secara serempak digunakan uji F.

Rumus yang digunakan adalah :

$$F = \frac{R^2(N-m-1)}{m(1-R^2)} \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan : N = Jumlah sampel

M = Jumlah peubah

R^2 = Koefisien Determinan

Hipotesis Statistik

H_0 : $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0 \rightarrow$ bauran pemasaran tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan.

H_1 : $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0 \rightarrow$ bauran pemasaran berpengaruh nyata terhadap pendapatan.

Kriteria pengujian :

- a. Jika $\text{sig } F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya secara serempak tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika $\text{sig } F \leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara serempak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial variabel independen (produk, harga, distribusi, promosi) terhadap variabel dependen (tingkat pendapatan).

Rumus yang digunakan adalah:

$$t = \frac{b}{sb} \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan: t= statistik uji

b= Koefisien regresi

Sb= penyimpangan Bahan Baku Dari Koefisien Regresi

Hipotesis Statistik

$H_0 : b_1 = 0, b_2 = 0, b_3 = 0, b_4 = 0 \rightarrow$ bauran pemasaran tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan.

$H_1 : b_1 \neq 0; b_2 \neq 0; b_3 \neq 0; b_4 \neq 0 \rightarrow$ bauran pemasaran berpengaruh nyata terhadap pendapatan.

Kriteria pengujian:

- a. Jika $\text{sig } t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya secara parsial tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

- b. Jika $\text{sig } t \leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3.8. Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik persamaan regresi linier menurut Nugroho (2005) meliputi uji normalitas data, heterokedastisitas, autokorelasi dan multikolinieritas.

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Uji kenormalan data ada dua yaitu kenormalan data dan kenormalan kesalahan pengganggu (U_t) dari persamaan regresi. Hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan SPSS uji kolmogorov smirnov data berdistribusi normal bila signifikansi hitung lebih besar dari 5% (Sumarjono, 2006).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi gangguan yang diakibatkan faktor dalam model tidak memiliki varian yang sama. Jika varian dari residu suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastis dan jika variannya berbeda disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mengidentifikasi adalah dengan melihat scatter diagram, bila membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka kondisi tersebut

mengidentifikasi terjadinya heteroskedastisitas. Namun bila tidak membentuk pola atau acak maka regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2001). Pengujian autokorelasi dapat dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* dengan ketentuan sebagai berikut: angka DW dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif, angka DW diantara -2 sampai $+2$ berarti tidak ada autokorelasi, angka DW di atas $+2$ berarti terdapat autokorelasi negatif (Santoso, 2000).

4. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2001). Kemiripan suatu model akan menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara suatu variabel independen dengan variabel independen lainnya. Selain itu, deteksi terhadap multikolinieritas juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Deteksi multikolinieritas pada suatu model dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), jika nilai $VIF < 5$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel. $H_0 =$ Non Multikolinieritas, $H_a =$ multikolinieritas; H_0 ditolak dan H_a diterima jika $VIF > 5$, H_0 diterima dan H_a ditolak jika $VIF < 5$ (Nugroho, 2005).

3.8. Batasan Pengertian dan Konsep pengukuran

Batasan pengertian yang digunakan untuk membatasi istilah-istilah dalam penelitian adalah:

1. Steak adalah makanan olahan dari daging yang dimasak dengan cara dipanggang atau dibakar dan disajikan dengan saus pilihan.
2. Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan serta mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli.
3. Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.
4. Produk adalah suatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan (dimanfaatkan, dikonsumsi dan dinikmati). Analisa produk meliputi ukuran produk dan macam yang dihasilkan, pengukurannya dengan menggunakan skor dengan menghitung jumlah produk yang terjual setiap hari dan menghitung rata-rata perbulan.
5. Harga adalah nilai yang dinyatakan dalam bentuk uang. Harga suatu produk merupakan faktor penentu permintaan pasar pada suatu barang atau produk. Satuan dalam rupiah/bulan.
6. Distribusi merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian produk dari produsen kepada konsumen. Satuan dalam skor dengan ketentuan banyaknya model penjualan yang digunakan:

- Delivery order/pesananan = 1
 - Penjualan di tempat = 2
7. Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Satuan dalam rupiah/bulan.
 8. Biaya produksi dapat didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang dikeluarkan oleh usaha. Satuan dalam rupiah/bulan.
 9. Penerimaan adalah jumlah yang diterima dari jumlah produk yang dijual dikalikan dengan harga produk. Satuan dalam rupiah/bulan.
 10. Pendapatan adalah selisih antara besarnya penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan. Satuan dalam rupiah/bulan.