BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Untuk mengumpulkan data yang dijadikan bahan dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **"Analisis *Positioning* Produk kaos Badger Pada Clothing Badger Invaders Bandung"**, penulis melakukan penelitian pada Clothing Badger Invaders Bandung yang beralamat di Jalan Hasan Saputra V No.2 Bandung dan *store* / toko Clothing Badger Invaders Bandung yang beralamat di Jalan Trunojoyo No.23 Bandung.

Objek penelitian ini adalah mengenai *positioning* produk dimana yang menjadi indikator adalah atribut, manfaat, penggunaan / penerapan, pemakai, mutu / harga.

3.2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif / kualitatif. Menurut Sugiono (2005:21) dalam buku Umi Narimawati :

"Metode Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpilan yang lebih luas**".**

Berkaitan dengan *Positioning* Produk. Dalam hal ini, khususnya mengenai *positioning* produk berdasarkan data dan informasi yang didapat dan dikumpulkan.

3.2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang *positioning* produk pada Clothing Badger Invaders Bandung dan apakah *positioning* produk tersebut dapat meningkatkan hasil penjualan, oleh karena itu digunakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang *positioning* produk pada Clothing Badger Invaders Bandung.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini konsep variabel yang diteliti adalah *positioning* produk. *positioning* produk merupakan *independent variable* atau variabel bebas (x).

Agar dapat memperlancar dalam pengumpulan data dan pengukurannya maka variabel dan sub-variabel dalam penelitian ini akan didefinisikan secara rinci untuk kemudian dijabarkan ke dalam masing-masing indikator serta skala pengukurannya.

Untuk lebih jelasnya, operasionalisasi variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1.berikut ini:

Tabel 3.1

Operasional Variabel Penelitian

Variabel [1]	Konsep Variabel [2]	Indikator [3]	Ukuran [4]	Skala [5]
Posisioning Produk (X)	Penempatan produk atau *product positioning* adalah cara produk didefinisikan oleh konsumen terhadap atribut penting,tempat di mana produk berada dalam pikiran konsumen dibandingkan dengan produk pesaing Philip Kotler (2009:247)	❖ Atribut ➢ Kemenarikan desain dibadingkan dengan pesaing. ➢ Kemenarikan warna dibandingkan dengan pesaing. ➢ Kualitas bahan dibandingkan dengan pesaing.	➢ Tingkat Kemenarikan desain. ➢ Tingkat Kemenarikan warna. ➢ Tingkat Kualitas bahan.	Ordinal
		❖ Manfaat ➢ Kedayatahanan kaos dibandingkan dengan pesaing. ➢ Kenyamanan kaos dibandingkan dengan pesaing.	➢ Tingkat Kedayatahanan kaos. ➢ Tingkat Kenyamanan kaos.	Ordinal
		❖ Penggunaan / Penerapan ➢ Sebagai produk kaos terbaik dibandingkan dengan pesaing.	➢ Tingkat kesesuaian.	Ordinal
		❖ Pemakai ➢ Sebagai kaos favorit dibandingkan dengan pesaing. ➢ Kesesuaian selera konsumen dibandingkan dengan pesaing.	➢ Tingkat kesesuaian. ➢ Tingkat kesesuaian .	Ordinal
		❖ Mutu / Harga ➢ Kesesuaian Mutu dengan harga dibandingkan dengan pesaing. ➢ Kesesuaian Harga Dengan Pesaingnya dibandingkan dengan pesaing.	➢ Tingkat Kesesuaian Mutu Dibandingkan Dengan harga. ➢ Tingkat Kesesuaian Harga Dibandingkan Dengan Pesaingnya.	Ordinal

3.2.3 Sumber dan Tehnik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua kelompok, yaitu :

1. Data Primer

   Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang menjadi sampel penelitian untuk mengetahui *positioning* produk pada Clothing Badger Invaders Bandung. Disamping itu, data primer juga

merupakan data yang diperoleh dari wawancara langsung dengan Clothing Badger Invaders Bandung tentang *positioning* produk kaos Badger pada Clothing Badger Invaders Bandung.

2. Data Sekunder

   Data yang telah ada dan tersusun secara sistematis serta merupakan data tertulis dari pihak perusahaan, seperti data yang berbentuk profil perusahaan. Selain itu data juga diperoleh dari sumber tertulis seperti: literatur, artikel, berbagai *website*, dan tulisan ilmiah yang dianggap relevan dengan topik permasalahan.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

1.Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Umi Narimawati 2008:161).

Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli kaos merek Clothing Badger Invaders Bandung yang berjumlah rata – rata 1000 orang per bulan (sumber dari perusahaan).

2. Sampel

"Sampel adalah bagian dari populasi yang terpilih untuk menjadi unit pengamat dalam penelitian" (Umi Narimawati 2008:38). Bila populasi besar dan

peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk sampel yang diambil dan populasi harus betul-betul representatif.

Menurut Umi Narimawati (2010:33), "Teknik sampling adalah cara bagi peneliti dalam menentukan sampel yang akan diteliti yang diambil dari populasi tertentu". Penentuan sampel dilakukan dengan teknik probabilitas, yaitu menentukan sample dengan menggunakan aturan statistik dengan menggunakan pendekatan rata-rata atau proporsi. Teknik yang lebih spesifik yang digunakan oleh penulis yaitu Pengambilan Sampel Secara Random Sederhana (*Simple Random Sampling*), yaitu cara pengambilan sampel dengan teknik ini ialah dengan memberikan suatu nomor yang berbeda kepada setiap anggota populasi, kemudian memilih sampel dengan menggunakan angka-angka random.

Adapun ukuran sampel yang akan diteliti dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya sesuai dengan jumlah populasi yang disebutkan di atas, yaitu 1000 orang.

Penghitungan jumlah sample berdasarkan Slovin (1960) sebagaimana dikutip oleh Umi Narimawati (2011 : 38) menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e = batas kesalahan yang ditoleransi (1%,5%.10%)

Konsumen yang melakukan transaksi pembelian produk kaos pada Clothing Badger Invaders Bandung berjumlah kurang lebih 1000 orang perbulan (sumber dari perusahaan). Adapun hasil perhitungan dalam penentuan sampel minimal dengan jumlah populasi rata-rata perbulan seperti tersebut diatas, dengan menetapkan presisi sebesar 10% (0,1) maka untuk penelitian pada Clothing Badger Invaders Bandung menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1000}{1 + 1000 \times 0,1^2}$$

= 90,90 dibulatkan menjadi 100 orang

Dari hasil perhitungan diatas, berarti populasi yang dijadikan sampel adalah sebanyak 100 orang responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Umi Narimawati (2010:39), Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan (*Field Research*), dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer (data yang diperoleh langsung dari perusahaan) dan data sekunder.

Data primer ini didapatkan melalui teknik – teknik sebagai berikut :

1. Studi Lapangan (*Field Research*)

   Dalam teknik ini terdapat tiga cara yang dilakukan yaitu :

   a. Observasi, menurut Umi Narimawati (2010:63) yaitu pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan oleh pengumpul data terhadap gejala/ peristiwa yang diselidiki pada obyek penelitian**.**
   b. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya (Umi Narimawati 2010:40). Untuk mendapatkan data yang diperoleh bagi pencapaian sasaran penelitian ini maka digunakan pengukuran melalui sejumlah kuesioner. Dimana responden mengisi sendiri kuesioner tersebut dengan menggunakan skala likert (lima skala).
   c. Wawancara atau *interview*, menurut Umi Narimawati (2010:40) yaitu tehnik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan – pertanyaan kepada pihak – pihak yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

   Teknik ini dilakukan untuk memperoleh data sekunder, yaitu merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, melainkan telah tersedia di lapangan observasi yang dilakukan sebagai landasan teoritis dan menganalisa masalah yang diteliti dengan cara mempelajari literatur-literatur dan media lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

a. Dokumentasi, menurut Umi Narimawati (2010:40) yaitu pengumpulan data dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat pada perusahaan, yang dalam hal ini adalah mengenai *positioning produk*.

3.2.5 Rancangan Analisis

Rancangan Analisis, menurut Umi Narimawati (2010:41) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit – unit, melakukan sintesa menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengelolaan data.Setelah data terkumpul melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem yang ditetapkan.Jawaban kuesioner menggunakan skala likert 5-4-3-2-1 yang digunakan untuk mengukur sikap.

3.2.5.1 Rancangan Analisis Deskriptif / Kualitatif

Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis analisis deskriptif / kualitatif dan menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif, dengan menggunakan alat bantu analisis data statistik, baik yang bersifat deskriptif maupun verifikatif yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis kualitatif

menggunakan alat bantu analisis data statistic, baik yang bersifat deskriptif maupun verifikatif yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat faktor penyebab. Menurut Umi narimawati (2010:45), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen).

Untuk maksud mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum penelitian responden atau tanggapan responden dilakukan dengan membuat pengkategorian sesuai dengan pernyataan dari Umi Narimawati (2009:45) bahwa langkah langkah yang dilakukan dalam penelitian deskriptif / kualitatif adalah sebagai berikut :

1. Setiap Indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan dalam lima alternatif jawaban yang menggambarkan peringkat jawaban.
2. Dihitung total skor setiap variabel / subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua jawaban responden.
3. Dihitung skor setiap variabel / subvariabel = rata – rata dari total skor.
4. Untuk mendeskripsikan jawaban responden, juga digunakan statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel maupun grafik .
5. Untuk menjawab deskripsi tentang masing – masing variabel penelitian ini, digunakan rentang criteria penilaian sebagai berikut :

$$\frac{Skor\ aktual}{Skor\ ideal} \times 100\,\%$$

Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuisioner yang telah diajukan.Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atas semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Penjelasan bobot nilai skor aktual dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut ini :

Tabel 3.2
Kriteria Presentase Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20,00% - <36,00%	Sangat tidak mampu bersaing
2	36,01% - <52,00%	Tidak mampu bersaing
3	52,01% - <68,00%	Cukup mampu bersaing
4	68,01% - <84,00%	Mampu bersaing
5	84,01% - <100%	Sangat mampu bersaing

(Sumber: Umi Narimawati, 2007:85)