# 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. Menurut Husein Umar (2005:303) dalam bukunya menerangkan bahwa: "Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga di mana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu".

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul "Analisis penetapan harga parfum ruangan pada PT.Hoffmen cabang bandung". Sedangkan yang menjadi objek penelitian dalam penyusunan Tugas Akhir ini adalah mengenai pelaksanaan penetapan harga parfum ruangan PT.Hoffmen International Cabang Bandung yang mencakup unit penelitian konsumen PT.Hoffmen dan PT.Hoffmen.

## 3.2 Metode Penelitian

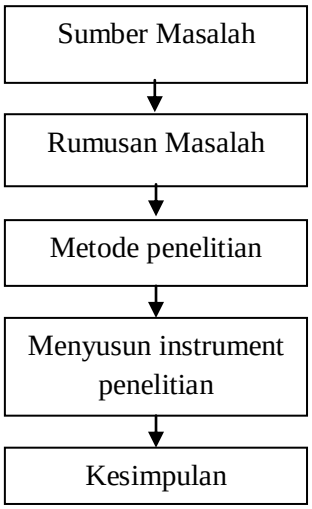
Metode penelitian adalah suatu metode yang dilakukan untuk meneliti dan menyelesaikan suatu masalah yang terjadi, untuk menyusun usulan penelitian ini penulis membutuhkan data dan informasi yang sesuai dengan sifat dan permasalahan, agar data yang diperoleh cukup lengkap untuk membahas permasalahan yang ada.

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif yaitu dengan cara menggambarkan dan membahas keadaan serta kegiatan perusahaan, berdasarkan data dan informasi yang didapat dan dikumpulkan.

### 3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian. Penelitian digunakan sebagai alat untuk mencari penyebab dari ketidaktahuan. Penelitian yang baik harus memenuhi syarat–syarat penelitian ilmiah yang ditujukan dengan bagaimana kepatuhan penelitian terhadap metode ilmiah atau *scientific method* yang memiliki pengertian penggunaan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam memprediksikan kejadian yang belum diketahui.

Menurut Sugiyono (2008:13) proses penelitian dapat disimpulkan seperti teori sebagai berikut:




**Gambar 3.1 Desain Penelitian**

### 3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Dari penelitian Tugas Akhir yang berjudul **"**Analisis Pelaksanaan Penetapan Harga Parfum Ruangan Pada PT.Hoffmen International Cabang Bandung". Penulis membuat operasional variabel sebagai berikut:

**Table 3.1**

**Operasional Variabel Penelitian**

| Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | Sumber Data |
|---|---|---|---|---|---|
| Penetapan Harga (variabel X) | Penetapan Harga adalah keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti untuk suatu jangka waktu tertentu<br><br>**Buchari Alma (2005;120)** | **Kewajaran Harga**<br>• Keterjangkauan harga<br>• Kebersaingan Harga<br>• Kesesuain Harga yang tercantum dalam produk | • Tingkat keterjangkauan harga bagi konsumen<br>• Tingkat harga bersaing dengan perusahaan lain<br>• Harga yang tercantum dalam produk sesuai dengan yang diharapkan | Ordinal | Konsumen pengguna Parfum PT.Hoffmen |
| | | **Perkiraan Harga**<br>• Harga susuai dengan Kualitas<br>• Harga sesuai dengan kegunaan dan manfaat yang diberikan produk | • Tingkat harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk<br>• Tingkat harga sesuai dengan kegunaan dan Manfaaat yang diberikan produk | Ordinal | Konsumen pengguna parfum PT.Hoffmen |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | **Harga Pengorbanan**<br>• Harga tranportasi dan komunikasi untuk mendapatkan produk<br>• Biaya pihak ketiga<br>• Biaya tenaga dan waktu | • Tingkat Harga transoprtasi dan komunikasi untuk mendapatkan produk<br>• Tingkat Biaya pihak ketiga (ongkos pengiriman)<br>• Tingkat biaya tenaga dan waktu yang harus dikeluarkan utnuk mendapatkan produk | Ordinal | Konsumen pengguna Parfum PT.Hoffmen |

### 3.2.3 SumberdanTeknik Penentuan Data

#### 3.2.3.1 Sumber Data

Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengelompokkan ke dalam dua golongan yaitu:

1. Data Primer

   Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner (Sugiyono, 2009:308).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumentasi (Sugiyono, 2009:308).

### 3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

1. Populasi Penelitian

Populasi penelitian menurut Suharsimi Arkuinto (1998:115) adalah keseluruhan subjek penelitian. Sedangkan menurut Sutrisno Hadi (1984:70) populasi penelitian adalah seluruh individu yang akan dikenai sasaran generalisasi dan sampel-sampel yang akan diambil dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung PT.Hoffmen Intenational yang melakukan pembelian dimana jumlah populasinya yaitu 100 orang pengunjung perharinya.

2. Sampel Penelitian

Menurut Suharsmi Arkuinto (2006:131) sample penelitian adalah sebagian populasi yang diteliti. Berkaitan dengan teknik pengambilan sample, Suharsmi Arkuinto (dalam Riduan 2008:210) mengemukakan bahwa apabila subjek penelitian kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua, sehingga penelitannya merupakan penelitian populasi. Jadi menurut pernyataan di atas, maka peneliti mengambil jumlah sampel penelitian sebanyak 100 orang responden yang melakukan pembelian parfum ruangan PT.Hoffmen International Cabang Bandung perharinya.

### 3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melaksanakan penyusunan Tugas Akhir ini beberapa metode yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data-data adalah sebagai berikut:

1. *Library research* (study kepustakaan)

   Adalah suatu rangkaian penelitian yang dilakukan dengan membaca literature, buku, majalah, jurnal untuk mendapatkan data sekunder. Data sekunder tersebut dijadikan sebagai landasan teori dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

2. *Field research* (study lapangan)

   Adalah suatu rangkaian penelitian di lapangan atau di perusahaan langsung dengan cara :

   a. Interview / Wawancara

      Yaitu teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara berkomunikasi langsung / menanyakan langsung dengan karyawan yang bersangkutan / pimpinan pada Toko Kopi Morning Glory Bandung.

   b. Kuesioner

      Yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membagikan lembaran kertas yang berisi pertanyaan - pertanyaan yang akan di isi oleh responden, yang kemudian lembaran - lembaran kertas tersebut akan dikumpulkan dan hasilnya akan di olah menjadi materi yang akan dibahas.

c. Observasi

Yaitu teknik yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap kegiatan perusahaan sebagai objek penelitian dimana dalam hal ini diteliti dengan baik secara langsung dan menunjang pengumpulan data-data yang berhubungan dengan pembahasan dan kemudian pencatatan langsung dari sumber tertulis pada lokasi penelitian kuesioner.

### 3.2.5 Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah deskriptif suatu metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian untuk selanjutrnya analisis ini adalah menjawab bagaimana tanggapan responden terhadap pelaksanaan penetapan harga PT.Hoffmen nternational cabang bandung. Dimana penelitian deskriptif ini adalah penelitian yang dilakukan terhadap variabel mandiri yaitu tanpa membuat perbandingan, atau menggabungkan dengan variabel lain. Dalam menganalisis secara deskriptif digunakan tabel dalam bentuk jumlah dan presentase.

Untuk pengkategorian tanggapan responden, dilakukan dengan membuat pengkategorian sesuai dengan pernyataan Redi Panuju dalam bukunya komunikasi bisnis yaitu : " Untuk menentukan kategori tinggi, sedang, rendah terlebih dahulu harus menentukan nilai indeks minimum, maksimum, dan intervalnya serta jarak intervalnya." Sebagai berikut :

1. Nilai Indeks Minimum adalah skor terendah dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.

2. Nilai Indeks Minimum adalah skor tertinggi dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
3. Interval adalah selisih antara nilai indeks minimum dengan nilai indeks maksimum.
4. Jarak interval adalah interval ini dibagi dengan jumlah jenjang yang diinginkan

Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$SkorMimimumdalamPersentase = \frac{SkorMinimum}{SkorMaksimum} X100\%$$

$$= \frac{1}{5} X100\%$$

$$= 20\ \%$$

$$Skormaksimumdalam Persentase = \frac{SkorMaksimum}{SkorMaksimum} X100\%$$

$$= \frac{5}{5} X100\%$$

$$= 100\ \%$$

$$Interval\ dalam\ persentase = Skor\ maximum - Skor\ minimum$$

$$= 100\ \% - 20\ \%$$

$$= 80\ \%$$

$$JarakIntervaldalamPersentasi = \frac{Interval}{Jenjang}$$

$$= \frac{80}{5}$$

$$= 16\ \%$$

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing Ukuran penelitian adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.2**

**Kategori Skor**

| Interval Tingkat Intensitas | Kriteria |
|---|---|
| 20 % - < 36 % | Sangat tidak Baik |
| 36 % - < 52 % | Tidak Baik |
| 52 % - < 68 % | Cukup Baik |
| 68 % - < 84 % | Baik |
| 84 % - < 100 % | Sangat Baik |

Sumber : Redi Panuju, Komunikasi Bisnis