BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian ilmiah. Menurut Sugiyono (2012:13) objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid*, dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu).

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan objek penelitian dan dijadikan bahan dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **"Analisis Pelaksanaan Promosi Penjualan Pada Adorable Projects Cimahi".** Objek dalam penelitian ini adalah promosi penjualan dan penulis melakukan penelitian ini pada Adorable Projects yang beralamat di Komplek Kavling IPTN Jalan Nusantara Raya No.91A Cihanjuang Cimahi.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah. Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif analisis yaitu dengan cara menggambarkan dan membahas keadaan serta kegiatan perusahaan, berdasarkan data dan informasi yang didapat dan dikumpulkan

Menurut (Sugiyono, 2012:29) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian diperlukan perencanaan dan perancangan penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik, sistematis, efektif dan sistematis sesuai dengan yang diharapkan penulis.

Pengertian desain penelitian menurut Moh. Nazir (2011:84) adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Menurut **Sugiono (2009:13)** "Proses penelitian dapat disimpulkan seperti teori sebagai berikut:

1. Sumber Masalah

   Peneliti melakukan survei awal untuk menentukan fenomena yang terjadi untuk dijadikan sebagai sumber masalah sebagai dasar penelitian. Fenomena dalam penelitian ini adalah Promosi Penjualan pada Adorable Projects Bandung.

2. Rumusan Masalah

   Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Proses penemuan masalah merupakan tahap penelitian yang paling sulit karena tujuan penelitian adalah menjawab masalah penelitian sehingga suatu penelitian tidak dapat dilakukan dengan baik jika masalahnya tidak dirumuskan secara jelas. Masalah dalam penelitian ini meliputi :

- Bagaimana tanggapan responden terhadap pelaksanaan promosi penjualan pada Adorable Projects Cimahi

3. Metode Penelitian

   Penulis dapat memilih metode penelitian yang sesuai, pertimbangan ideal untuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian data yang diharapkan dan konsisten yang dikehendaki. Sedangkan pertimbangan praktis adalah, tersedianya dana, waktu dan kemudian yang lain. Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif.

4. Menyususn Instrumen Peneliitan

   Setelah metode penelitian yang sesuai dipilih, maka peneliti dapat menyusun instrumen penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrumen pada penelitian ini berbentuk kusioner dan data dari perusahaan terkait. Setelah data terkumpul maka selanjutnya dianalisis sampel utnuk menjawab rumusan masalah. Selanjutnya peneliti menganalisis dan mengambil sampel untuk melakukan penelitian mengenai: Analisis Pelaksanaan Promosi Penjualan yang diperoleh dari data kuesioner yang akan diisi oleh konsumen Adorable Projects Cimahi.

5. Kesimpulan

   Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2011:38) Variabel Penelitian merupakan suatu atribut atau sifat, nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Sesuai dengan judul yang penulis ajukan yaitu Analisis Pelaksanaan Promosi Penjualan Pada Adorable Projects Cimahi, adapun operasional variabel penelitiannya adalah alat-alat dari promosi penjualan yang digunakan oleh perusahaan, yaitu kupon, diskon, premi (hadiah), garansi produk. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Promosi Penjualan

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Promosi Penjualan *(X)*	Promosi Penjualan adalah kegiatan pemasaran yang memberikan nilai ekstra atau insentif kepada tenaga penjualan, distribusi atau konsumen akhir dan dapat merangsang penjualan langsung. **Belch dan Belch (2012:24)**	1. Kupon – Perhatian dengan adanya kupon – Daya tarik dengan adanya kupon – Keinginan membeli dengan adanya kupon – Dorongan membeli dengan adanya kupon	• Tingkat perhatian dengan adanya kupon • Tingkat daya tarik produkdengan adanya kupon • Tingkat keinginan membeli dengan adanya kupon • Tingkat dorongan membeli dengan adanya kupon	Ordinal
		2. Diskon – Perhatian dengan adanya diskon – Daya tarik dengan adanya diskon	• Tingkat perhatian dengan adanya diskon • Tingkat daya tarik dengan adanya diskon	Ordinal

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
		– Keinginan membeli dengan adanya diskon – Dorongan membeli dengan adanya diskon	• Tingkat keinginan membeli dengan adanya diskon • Tingkat dorongan membeli dengan adanya diskon	
		3. Premi (Hadiah) – Perhatian dengan adanya premi (hadiah) – Daya tarik dengan adanya premi (hadiah) – Keinginan membeli dengan adanya premi (hadiah) – Dorongan membeli dengan adanya premi (hadiah)	• Tingkat perhatian dengan adanya premi (hadiah) • Tingkat daya tarik dengan adanya premi (hadiah) • Tingkat keinginan membeli dengan adanya premi (hadiah) • Tingkat dorongan membeli dengan adnya premi (hadiah)	Ordinal
		4. Garansi Produk – Perhatian dengan adanya garansi produk – Daya tarik dengan adanya garansi produk – Keinginan membeli dengan adanya garansi produk – Dorongan membeli dengan adanya garansi produk	• Tingkat perhatian dengan adanya garansi produk • Tingkat daya tarik dengan adanya garansi produk • Tingkat keinginan membeli dengan adanya garansi produk • Tingkat dorongan membeli dengan adanya garansi produk	Ordinal

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data Primer

   Menurut Sugiono yang dikutip oleh Umi Narimawati (2010:37) Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner.

   Disamping itu, data primer juga merupakan data yang diperoleh dari membagikan kuesioner langsung dengan konsumen pada perusahaan tersebut tentang promosi penjualan.

2. Data sekunder

   Data sekunder adalah data atau informasi yang terkenal dari media cetak lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Menurut Sugiyono yang dikutip oleh Umi Narimawati,(2010:37) Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumentasi

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

3.2.3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012:80) 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.

Populasi dari penelitian ini adalah jumlah konsumen yang datang untuk membeli produk Adorable Projects. Berdasarkan survey dan menurut Iera selaku bagian pemasaran pada Adorable Projects Cimahi menyatakan bahwa konsumen yang membeli pertahunnya rata-rata berjumlah 3455 orang yang membeli. Pemilihan jumlah populasi ini dirasakan cukup mewakili untuk memberikan data yang diperlukan dalam penelitian.

3.2.3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penarikan sampel yang dilakukan peneliti yaitu dengan menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan anggota sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan stara yang ada dalam populasi itu (Sugiyono 2012:118).

Anggota populasi yang dibutuhkan secara acak tanpa menggunakan starta yang ada dalam anggota populasi dengan kata lain populasi dianggap homogen, dengan jumlah kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%. Untuk mengambil jumlah sampel, penulis menggunakan rumus Slovin yang dikutip oleh Husein Umar (2011:78), yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{\mathrm{N}}{1 + \mathrm{N}.\,\mathrm{e}^2}$$

$$n = \frac{3455}{1 + 3455.\,0{,}1^2}$$

$$= 97{,}18$$

$$= 100 \text{ orang}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah total populasi

e = Batas toleransi eror (10%)

Maka jumlah populasi yang diambil peneliti pada Adorable Projects Cimahi ini, yang dijadikan sampel adalah sebanyak 100 orang responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

1 Studi Lapangan *(Field Research)*

Yaitu penelitian yang dilakukan di lokasi perusahaan guna mendapatkan data primer dan data sekunder yang berkaitan dengan objek penelitian. Dalam teknik ini terdapat tiga cara yang dilakukan yaitu:

a. Observasi

Pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan oleh pengumpul data terhadap gejala/peristiwa yang diselidiki pada obyek penelitian.

b. Kuesioner

Adalah teknik pengumpulan data melalui formulir yang di dalamnya terdapat pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekelompok orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang di perlukan oleh peneliti.

c. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan melakukan Tanya Jawab Langsung kepada pihak-pihak yang terkait masalah yang diteliti. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara kepada owner dan konsumen Adorable Projects Cimahi.

2. Studi Kepustakaan *(Library Research)*

Penelitian ini dilakukan dengan membaca literatur-literatur sebagai dasar teori yang akan dijadikan sebagai landasan teoritis dalam penulisan tgas akhir ini, dan mengumpulkan data dari beberapa buku, karangan ilmiah, surat kabar dan lainnya yang ada hubungannya dengan pembahasan masalah yang di teliti.

3.2.5 Rancangan Analisis

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.Scoring dilakukan dengan menggunakan skala likert yaitu 5, 4, 3, 2, 1.

3.2.5.1 Analisis Deskriptif/Kualitatif

Analisis deskriptif merupakan metode yang bertujuan tuntuk menggambarkan datanya telah terkumpul sebab-sebab dari suatu gejala tertentu, dimana unsur-unsur yang terdapat pada judul. Penelitian analisis deskriptif pada dasarnya lebih menitik beratkan pada gambaran yang tepat dan apa adanya tentang objek penelitian.

Untuk pengkategorian tanggapan responden, dilakukan dengan membuat pengkategorian dengan 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 Maksimum 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
5. Penentuan kategori dalam ukuran persentase dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$Skor\ minimum\ dalam\ presentase = \frac{skor\ minimum}{\text{skor maximum}}\ x\ 100\%$$

$$= \frac{1}{5}\ x\ 100\% = 20\%$$

$$Skor\ maximum\ dalam\ presentase = \frac{skor\ maximum}{skor\ maximum}\ x\ 100\%$$

$$= \frac{5}{5}\ x\ 100\% = 100\%$$

$$Interval\ dalam\ presentase = skor\ max - skor\ min$$

$$= 100\% - 20\% = 80\%$$

$$Jarak\ interval\ dalam\ presentase = \frac{\text{interval}}{\text{jenjang}}$$

$$= \frac{80}{5} = 16\%$$

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing - masing item penelitian menurut Sugiyono (2014), sebagai berikut :

Tabel 3.2
Kriteria Persentase Pengkategorian Skor Jawaban Responden

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

Sugiyono (2014)

Sehubungan dengan penlitian ini, maka peneliti melakukan kategori sebagai berikut:

Tabel 3.3
Kriteria Persentase Pengkategorian Skor Jawaban Responden

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20%-< 36%	Sangat Tidak Menarik
36%-<52%	Kurang Menarik
52%-<68%	Cukup Menarik
68%-<84%	Menarik
84%-<100%	Sangat Menarik