

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam menyusun skripsi ini menggunakan metode deskriptif. Menurut Sugiono dalam bukunya Metodologi Penelitian Bisnis (2009) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan merupakan studi kasus yang meneliti secara rinci mengenai objek tertentu selama kurun waktu tertentu dengan cukup mendalam dan menyeluruh termasuk lingkungan sekitarnya.

Metode ini menggunakan data primer, sekunder, dan observasi. Tujuan menggunakan metode ini adalah:

1. Mendeskripsikan segmen konsumen percetakan souvenir di Bandar Lampung dengan cara mengetahui proses *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* percetakan souvenir tersebut.
2. Mengetahui karakteristik variabel yang berkaitan seperti konsumen lingkungan pasar.

3. Mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap percetakan souvenir di Bandar Lampung.

B. Populasi dan Sampel

Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah semua orang minimal berusia 17 tahun yang berdomisili atau tinggal di Kota Bandar Lampung. Adapun sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasinya itu sendiri (Mamang & Sopiah, 2010). Bila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Roscoe (dalam Sugiyono, 2009) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misal: pria-wanita, pegawai negeri-swasta, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariat (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen dan dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan poin pertama dari saran tersebut, sebagai acuan penentuan sampel. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini minimal 30 dan batas maksimal 500 responden yang pernah menggunakan jasa atau mengetahui salah satu usaha percetakan souvenir yang berlokasi di lingkungan Universitas Lampung yang menjadi objek penelitian.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel penelitian didapatkan dengan cara *judgement* dan *quota sampling* (bagian dari *non-probability* sampling) yaitu sebuah teknik pengambilan sampel dimana elemen populasi dipilih atas pertimbangan penulis serta jumlah sampel sudah ditentukan (Simamora, 2004). Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 90 sampel yang dibagi dalam tiga lokasi pembuatan souvenir pada lingkungan sekitaran Universitas Lampung. Adapun 90 sampel tersebut dibagi atas:

1. 30 sampel diambil di ND (Jalan Soemantri Brojonegoro)
2. 30 sampel diambil di SD (Jalan Soemantri Brojonegoro)
3. 30 sampel diambil di BD (Jalan Soemantri Brojonegoro)

D. Defenisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan penjelasan mengenai artinya suatu konsep yaitu mengekspresikan suatu abstrak yang terbentuk melalui generalisasi dari pengamatan terhadap fenomena. Definisi ini menunjukkan bahwa teori merupakan sebuah set proposisi yang terdiri dari konstruk (*konstruk*) yang sudah

didefinisikan secara luas dan hubungan unsur-unsur dalam set tersebut harus jelas pula (Sugiyono. 2011).

Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Kotler. 2003):

Segmentasi adalah suatu aktivitas membagi atau mengelompokkan pasar konsumen Percetakan souvenir di lingkungan Universitas Lampung yang heterogen menjadi pasar yang homogen atau memiliki kesamaan dalam hal demografi dan perilaku.

1. Segmentasi demografis (*demographic segmentation*)

Didefinisikan sebagai segmentasi yang membagi pasar menjadi berbagai kelompok berdasarkan variable seperti usia, jenis kelamin, jumlah anggota keluarga, pendapatan per bulan, pekerjaan, dan pendidikan terakhir.

2. Segmentasi perilaku (*behavioral segmentation*)

Didefinisikan sebagai segmentasi yang membagi pasar berdasarkan frekuensi pembuatan produk pada percetakan souvenir yang menjadi obek penelitian.

E. Defenisi Operasional

Suatu konsep yang digambarkan dalam definisi konseptual tentu tidak akan dapat diobservasi atau diukur gejalanya dilapangan. Untuk dapat diobservsi atau diukur, maka suatu konsep harus didefinisikan secara operasional. Definisi operasional dimaksudkan untuk memberikan rujukan-rujukan empiris apa saja yang dapat ditemukan dilapangan untuk menggambarkan secara tepat konsep yang dimaksud sehingga konsep tersebut dapat diamati dan diukur. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa definisi operasional merupakan jembatan yang menghubungkan *conceptual-theoretical level* dengan *empiric-observational level*.

Menurut Kotler (2003), yang menjadi variabel utama dalam segmentasi adalah geografis, demografi, psikografi, dan perilaku. Penelitian ini menggunakan variabel demografi dan perilaku dalam membagi segmen konsumen percetakan souvenir di lingkungan Universitas Lampung berdasarkan item yang telah ditentukan.

Tabel 4. Definisi Operasional

Konsep Variabel	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Item	Skala
Analisis segmentasi	Segmentasi	Suatu aktivitas membagi atau mengelompokkan pasar yang heterogen menjadi pasar yang homogen atau memiliki kesamaan dalam hal minat, daya beli, geografi, perilaku pembelian maupun gaya hidupkonsumen UMKM Percetakan souvenir.	a. Demografi	1. Daerah asal	Nominal
				2. Jenis kelamin	Nominal
				3. Usia	Nominal
				4. Pekerjaan konsumen	Nominal
				5. Tingkat penghasilan	Nominal
				6. Pengeluaran konsumsi	Nominal
				7. Pendidikan	Nominal
				8. Status Pernikahan	Nominal
				9. Kebiasaan pembuatan	Guttman
				b. Perilaku	1. Intensitas pembuatan souvenir
			2. Alasan pembuatan souvenir	Nominal	
			3. Jumlah pembuatan souvenir	Nominal	
4. Informasi pembuatan souvenir	Nominal				
5. Momen pembuatan souvenir	Nominal				
6. Penggunaan pembuatan souvenir	Nominal				

Sumber: Kotler (2003).

F. Ruang Lingkup Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di outlet percetakan souvenir sekitaran lingkungan Universitas Lampung.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Februari 2015.

G. Skala pengukuran

1. Skala Nominal

Data nominal yaitu data yang didapat dari hasil perhitungan dan berbentuk kategori misalnya laki-laki-perempuan, tua-muda. Jika laki-laki disimbolkan dengan 1 dan perempuan disimbolkan dengan 2, maka bukan berarti perempuan lebih baik atau lebih banyak dua kali lipat dari laki. Data ini tidak bisa diberikan perlakuan matematika seperti penjumlahan ataupun perkalian. Skala nominal adalah skala mengelompokkan objek atau peristiwa dalam berbentuk kategori (Sugiyono, 2011). Skala nominal diperoleh dari pengukuran nominal yaitu suatu proses mengklasifikasikan objek-objek yang berbeda kedalam kategori-kategori berdasarkan beberapa karakteristik tertentu.

Karakteristik data nominal adalah sebagai berikut:

- a. Kategori data bersifat *mutually exclusive* (setiap objek hanya memiliki satu kategori)
- b. Kategori data tidak disusun secara logis

2. Skala Guttman

Skala Guttman yaitu skala yang menginginkan jawaban tegas seperti jawaban benar-salah, ya-tidak, pernah – tidak pernah. Untuk jawaban positif seperti setuju, benar, pernah dan semacamnya diberi skor 1; sedangkan untuk jawaban negatif seperti tidak setuju, salah, tidak, tidak pernah, dan semacamnya diberi skor 0. Dengan skala ini, akan diperoleh jawaban yang tegas yaitu Ya - Tidak, Benar - Salah dan lain-lain. Skala ini dapat pula dibentuk dalam bentuk checklist atau pilihan ganda. Skor 1 untuk skor tertinggi dan skor 0 untuk terendah.

H. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan ialah :

1. Kuesioner, yaitu pengumpulan data primer dengan cara menyebarkan pertanyaan kepada responden. Jenis kuesioner yang digunakan adalah tertutup. Dalam skala pengukuran dalam kuesioner ini menggunakan skala likert, interval dan nominal yang dibuat dalam bentuk *choise* ataupun pilihan ganda.
2. Studi kepustakaan, merupakan peninjauan yang dilakukan dengan cara membaca buku, majalah atau literatur yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Kegunaan studi pustaka adalah untuk mendapatkan data atau informasi yang bersifat ilmiah atau teoritis, serta hubungannya dengan objek peninjauan. Studi kepustakaan merupakan alat yang penting dalam mengambil dan mengemukakan saran-saran yang membantu penulis dalam penyusunan, pengolahan hingga pembahasan data yang diperoleh.

I. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2009) analisis data adalah proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil kuesioner, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain secara sistematis sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif menggunakan distribusi frekuensi dan teknik analisis *cluster*.

Hasil pengukuran yang diperoleh disebut dengan data mentah. Besarnya hasil pengukuran yang diperoleh biasanya bervariasi. Apabila diperhatikan data mentah tersebut, sangatlah sulit untuk menarik kesimpulan yang berarti. Untuk memperoleh gambaran yang baik mengenai data tersebut, data mentah tersebut perlu diolah terlebih dahulu.

Pada saat dihadapkan pada sekumpulan data yang banyak, seringkali membantu untuk mengatur dan merangkum data tersebut dengan membuat tabel yang berisi daftar nilai data yang mungkin berbeda (baik secara individu atau berdasarkan pengelompokan) bersama dengan frekuensi yang sesuai, yang mewakili berapa kali nilai-nilai tersebut terjadi. Daftar sebaran nilai data tersebut dinamakan dengan Daftar Frekuensi atau Sebaran Frekuensi (Distribusi Frekuensi).

Dengan demikian, distribusi frekuensi adalah daftar nilai data (bisa nilai individual atau nilai data yang sudah dikelompokkan ke dalam selang interval tertentu) yang disertai dengan nilai frekuensi yang sesuai.

Pengelompokan data ke dalam beberapa kelas dimaksudkan agar ciri-ciri penting data tersebut dapat segera terlihat. Daftar frekuensi ini akan memberikan

gambaran yang khas tentang bagaimana keragaman data. Sifat keragaman data sangat penting untuk diketahui, karena dalam pengujian-pengujian statistik selanjutnya harus selalu memperhatikan sifat dari keragaman data. Tanpa memperhatikan sifat keragaman data, penarikan suatu kesimpulan pada umumnya tidaklah sah.

Penentuan segmentasi harus memenuhi syarat yaitu dapat diukur dan terukur dengan jelas besarannya sehingga dapat diimplementasikan sesuai dengan sumber daya yang dimiliki perusahaan secara keseluruhan. Cara melakukan segmentasi dengan menggunakan teknik analisis *cluster*. (Rangkuty. 2002).

Karena proses *clustering* pada dasarnya mencari dan mengelompokkan data yang mirip satu dengan yang lain, maka kriteria “mirip” adalah dasar dari metode *clustering*. Proses pengolahan data sehingga sekumpulan data mentah dapat dikelompokkan menjadi satu atau beberapa *cluster* adalah sebagai berikut:

1. Melakukan proses standarisasi data jika diperlukan

Yang perlu diperhatikan adalah apakah satuan data mempunyai perbedaan yang besar.

2. Melakukan proses *clustering*

Menurut (Santoso, 2010) Metode pengelompokan dalam analisis *cluster* meliputi:

- a. Metode Hirarkis (*Hierarchical method*) yaitu memulai pengelompokan dengan dua atau lebih obyek yang mempunyai kesamaan paling dekat. Kemudian diteruskan pada objek yang lain dan seterusnya hingga *cluster* akan membentuk semacam ‘pohon’ dimana terdapat tingkatan (hirarki)

yang jelas antar objek, dari yang paling mirip hingga yang paling tidak mirip. Alat yang membantu untuk memperjelas proses hirarki ini disebut “*dendogram*”.

- b. Metode Non-Hirarkis (*Non-Hierarchical method*) yaitu dimulai dengan menentukan terlebih dahulu jumlah *cluster* yang diinginkan (dua, tiga, atau yang lain). Setelah jumlah cluster ditentukan, maka proses cluster dilakukan tanpa mengikuti proses hirarki. Metode ini biasa disebut “*K-Means Cluster*”.

Tabel yang akan dimunculkan oleh Metode Non-Hirarkis adalah sebagai berikut :

- a. Tabel *Deskriptive* statistik

Bila data memiliki satuan yang berbeda dengan yang lain, maka harus dilakukan standarisasi data. Data ini akan berisi jumlah populasi tiap kasus, mean untuk setiap kasus dan standar deviasi untuk setiap kasus.

- b. Tabel *Initial cluster center*

Tabel ini berisi *output clustering* sebelum dilakukan iterasi.

- c. Tabel Iterasi

Tampilan ini adalah proses iterasi yang mencoba-coba *cluster* yang ada sebelumnya (*initial*) sehingga menjadi lebih tepat dalam mengelompokkan variabel-variabel dalam kasus penelitian ini. Setelah beberapa tahapan iterasi (proses pengulangan dengan ketepatan tinggi dari sebelumnya), didapat hasil *final cluster*.

d. Tabel *Final cluster*

Setelah *cluster* didapatkan, angka dalam tabel *final cluster* harus di analisis pervariabel yang menjadi kasus. Analisis ini akan menemukan rata-rata total untuk tiap *cluster* pervariabel yang dianalisis.

Rata-rata total ini dapat dihiung dengan menggunakan formula :

Nilai Rata-Rata Total Variabel

$$x = \mu + z \cdot \alpha$$

Keterangan :

x = rata-rata sampel

μ = rata-rata populasi

z = nilai standarisasi yang didapat pada SPSS

α = standar deviasi

Sumber : Santoso (2010)