

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Waktu**

Penelitian ini dilaksanakan pada server dealer Auto Reload yang berlokasi di Lampung Utara.

#### **3.2 Data dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari responden (objek yang diteliti). Data ini didapat dari hasil wawancara dan questioner terhadap responden penelitian ini. Responden dalam penelitian ini adalah produsen hingga konsumen tingkat akhir.

#### **3.3 Metode Sampling dan Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

##### **1. Metode Angket / kuesioner**

Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto,2008:179).

## 2. Metode Interview / wawancara

Interview adalah dengan cara tanya jawab langsung antara responden dengan peneliti yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Dengan lebih dahulu membuat pedoman wawancara guna memperoleh informasi yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Dalam penelitian ini metode wawancara yang digunakan wawancara dalam rangka penyamaan persepsi responden dan membantu memberi penafsiran atas instrumen yang peneliti berikan serta pengumpulan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini. Metode ini digunakan untuk memperoleh data tambahan tentang saluran pemasaran pulsa elektrik sebagai data pendukung questioner.

## 3. Studi Pustaka

Metode studi pustaka adalah cara mengumpulkan data yang diperoleh dengan membaca serta mempelajari buku-buku, jurnal, dan referensi lain yang mendukung penyusunan skripsi ini. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data dari para ahli dan teorinya melalui sumber bacaan atau bahan pustaka sebagai landasan teori dan pendukung hipotesis.

Pengambilan populasi digunakan pada tingkat *master dealer*, yaitu sebanyak 10 orang. Sedangkan untuk tingkat *retailer* hingga konsumen tingkat akhir menggunakan metode penelusuran data.

### **3.4 Batasan Variabel**

Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel Harga (P).

Variabel harga disini meliputi; harga *authorized dealer* sebagai produsen,

*server dealer* sebagai distributor, *master dealer*, *retailer*, dan konsumen tingkat akhir.

### 3.5 Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis

Alat Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah:

#### 1. Korelasi Harga Secara Berjenjang

Analisis korelasi merupakan pengukuran statistik tingkat hubungan antara dua variabel yang berguna untuk mengetahui tingkat kebebasannya.

Korelasi harga secara berjenjang digunakan untuk menghitung seberapa besar pengaruh harga dari tingkat *authorized dealer* sebagai produsen hingga konsumen akhir pada industri pulsa elektrik. Jika dari hasil perhitungan diperoleh angka koefisien korelasi harga ( $r$ ) mendekati satu, maka ini menunjukkan keeratatan hubungan harga pada kedua tingkat pasar tersebut dan begitu pula sebaliknya (Supranto, 2003:281). Penghitungan korelasi harga pada penelitian ini dilakukan pertingkatan, yaitu korelasi harga antara *authorized dealer* dengan *server dealer*, *server dealer* dengan *master dealer*, *server dealer* dengan *retailer*, *master dealer* dengan *retailer*, *master dealer* dengan konsumen akhir, dan *retailer* dengan konsumen akhir.

$$r = \frac{N\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{N\sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{N\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Pengujian analisis korelasi harga (integrasi pasar), bertujuan untuk menguji hipotesis pasar persaingan sempurna dan dilakukan melalui uji t.

Kaidah penerimaan atau penolakan hipotesis:

- Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , berarti harga pada produsen dan konsumen efisien. (  $H_0$  ditolak;  $H_1$  diterima)
- Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , berarti harga pada produsen dan konsumen tidak efisien. (  $H_0$  diterima;  $H_1$  ditolak )

## 2. Perbandingan Marjin Pemasaran / Tataniaga

Perbandingan marjin pemasaran / tataniaga digunakan untuk menghitung besaran nilai keuntungan yang diperoleh tiap tingkatan pedagang pada industri pulsa elektrik. Pada penelitian ini dilakukan perhitungan marjin pemasaran pertingkatan, yaitu antara *authorized dealer* dengan *server dealer*, *server dealer* dengan *master dealer*, *server dealer* dengan *retailer*, *master dealer* dengan *retailer*, *master dealer* dengan konsumen akhir, dan *retailer* dengan konsumen akhir.

$$M = P_{i(n+1)} - P_i \text{ ,}$$

$$\text{Margin dalam persen (\%)} = \frac{M}{P} \cdot 100\%$$

Keterangan:

$M$  : Marjin Pemasaran/ tataniaga

$P_i$  : Harga pada pasar ke  $i$