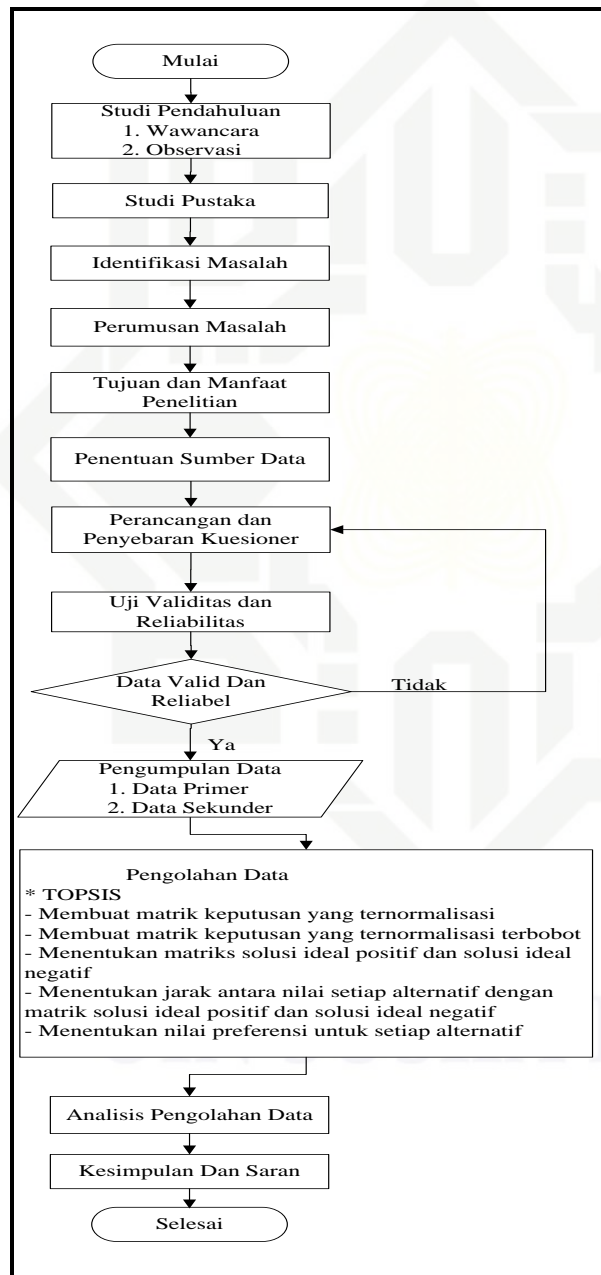


## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 *Flow chart* Penelitian

Metodologi penelitian menguraikan seluruh kegiatan yang dilaksanakan selama kegiatan penelitian berlangsung untuk memudahkan dalam memahami tahapan penelitian. Berikut ini adalah gambar *Flow chart* penelitian :



Gambar 3.1 *Flow chart* Metodologi Penelitian

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### 3.2 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan merupakan tahapan awal yang sangat diperlukan pada penelitian ini untuk mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan yang akan diteliti. Studi Pendahuluan dilakukan dengan dua cara yaitu, wawancara (*interview*) dan observasi lapangan dengan pihak atau lembaga terkait yang menjadi objek penelitian.

#### 3.2.1 Wawancara

Pada langkah ini peneliti melakukan wawancara pada pemilik usaha Sahabat Decor. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi mengenai penyebab permasalahan penurunan penjualan yang terjadi pada UKM Sahabat Decor.

#### 3.2.2 Observasi

Melakukan observasi atau studi pendahuluan bertujuan untuk mengetahui kondisi *real* perusahaan, dalam hal ini adalah UKM Sahabat Decor Jl. Suka Karya No.24F, Panam, Pekanbaru khususnya pada bagian pemasaran dan kebutuhan konsumen. Kemudian peneliti juga melakukan peninjauan pada usaha yang menjadi pesaing dari UKM Sahabat Decor serta untuk mengetahui keunggulan daya saing yang dimiliki UKM Sahabat Decor dibandingkan pesaing. Dari studi pendahuluan lapangan ini diharapkan diperoleh suatu metode yang tepat dalam menangani masalah yang terjadi. Selain itu juga, studi pendahuluan lapangan ini untuk mengetahui data-data apa saja yang dibutuhkan dalam penelitian Tugas Akhir ini.

### 3.3 Studi Pustaka

Melakukan studi pustaka untuk memperoleh teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan dan metode yang tepat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan. Studi Pustaka juga dilakukan melalui referensi-referensi dari penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan permasalahan atau kesamaan metode penyelesaian sehingga dapat digunakan sebagai pedoman dalam penelitian. Adapun referensi yang dibutuhkan adalah konsep teknik pemasaran,

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



strategi pemasaran, Metode *Technique for Others Preference by Similarity to Ideal Solution* (TOPSIS) serta jurnal-jurnal atau penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sebagai bahan *critical review* dalam memposisikan penelitian yang akan dilakukan. Dari studi pustaka diharapkan didapatkan landasan teori atau metode untuk pengolahan data sebagai acuan penelitian.

### 3.4 Identifikasi Masalah

Dalam studi pendahuluan sebelumnya, telah dilakukan *survey* pendahuluan ke perusahaan dan konsumen agar mendapatkan bahan yang akan diteliti sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Setelah melakukan *survey*, selanjutnya adalah mengidentifikasi masalah-masalah yang terdapat di perusahaan dan konsumen sehingga masalah yang akan diteliti dapat fokus pada satu bahan saja. Berdasarkan hasil studi pendahuluan diperoleh bahwa terdapat permasalahan mengenai ketidakstabilan penjualan produk-produk dan tidak tercapainya keinginan konsumen yang diakibatkan karena tidak adanya strategi pemasaran UKM Sahabat Decor yang digunakan saat ini.

### 3.5 Perumusan masalah

Perumusan masalah merupakan masalah utama yang akan diteliti untuk menetapkan tujuan penelitian yang akan dicapai. Perumusan masalah berisi tentang apa yang sedang kita lakukan dalam penelitian. Tujuan dari perumusan masalah adalah untuk memperjelas tentang masalah yang akan diteliti. Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka didapatlah suatu permasalahan yaitu pemilihan strategi pemasaran produk UKM Sahabat Decor dengan menggunakan metode TOPSIS agar dapat meningkatkan target pemasaran atau pemasangan produk *interior design* yang mengalami penurunan.

### 3.6 Penetapan Tujuan

Penetapan tujuan sangat perlu dilakukan dalam sebuah penelitian agar dapat memperoleh solusi dari permasalahan yang diperoleh. Penetapan tujuan ini merupakan suatu target yang ingin dicapai dalam upaya menjawab segala permasalahan yang sedang diteliti. Maka pada penelitian ini akan dilakukan

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

pengidentifikasi strategi atau alternatif pemasaran yang akan direncanakan oleh UKM Sahabat Decor, setelah itu melakukan pemilihan strategi pemasaran terbaik yang tepat untuk diterapkan oleh bagian pemasaran dalam meningkatkan jumlah penjualan dengan menggunakan metode TOPSIS (*Technique for Others Preference by Similarity to Ideal Solution*).

### 3.7 Penentuan Sumber Data

Responden yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen umum dan reponden ahli (*stakeholder*) UKM Sahabat Decor. Data hasil kuesioner konsumen umum nantinya akan menjadi pendukung pengambilan serta penerapan atas strategi pemasaran yang nantinya terpilih dari hasil perhitungan metode TOPSIS. Kriteria (butir pernyataan) yang digunakan pada kuesioner konsumen umum nantinya akan menjadi suatu penguat dalam penerapan strategi terpilih.

Teknik *sampling* yang digunakan untuk kuesioner konsumen umum yaitu *incidental sampling*. Teknik *incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Tidak ada ketetapan jumlah responden dari teknik *sampling incidental* ini, peneliti mengumpulkan data langsung dari setiap orang dewasa yang dijumpai, sampai jumlah data yang diharapkan terpenuhi (Sugiyono, 2007).

Nilai bobot setiap kriteria yaitu nilai preferensi telah ditetapkan oleh perusahaan. Setiap bobot kriteria ditentukan berdasarkan tingkat kepentingannya menurut pengambil keputusan yaitu pemilik UKM Sahabat Decor. Bobot yang didapatkan nantinya akan menjadi *input* untuk penentuan peringkat dengan metode TOPSIS. Adapun bobot preferensi yang diberikan perusahaan untuk setiap kriteria ditunjukkan pada tabel berikut ini :

Tabel.3.1 Bobot Preferensi dari UKM Sahabat Decor

NO	Kode	Kriteria	Bobot
1	C1	Kemampuan manajemen	5
2	C2	Mengurangi tingkat kecacatan pemasangan	4

(Sumber : Pengumpulan Data, 2016)

Tabel.3.1 Bobot Preferensi dari UKM Sahabat Decor (Lanjutan)

NO	Kode	Kriteria	Bobot
3	C3	Kerapian dalam pemasangan produk	4
4	C4	Kualitas produk yang baik	3
5	C5	Harga penawaran	4
6	C6	Potongan harga	3
7	C7	Biaya transportasi	5
8	C8	Ketepatan kuantitas pesanan	5
9	C9	Ketepatan waktu pengiriman	5
10	C10	Ketepatan waktu pemasangan	5
11	C11	Pemberian garansi	4
12	C12	Pelayanan yang baik	5
13	C13	Konsultasi gratis	3

(Sumber : Pengumpulan Data, 2016)

### 3.8 Perancangan Kuesioner

Kuesioner adalah salah satu pondasi dasar riset dan sarana yang digunakan pada penelitian. Penelitian ini menggunakan dua kali pengisian kuesioner. Kuesioner yang pertama disebar kepada konsumen umum untuk mengetahui keinginan apa saja yang harus dipenuhi pihak perusahaan dalam mendukung penentuan strategi pemasaran yang nantinya akan terpilih. Berikut adalah butir pernyataan kuesioner konsumen umum yang akan digunakan :

Tabel 3.2 Pernyataan Setiap Dimensi Yang Digunakan

No.	Pernyataan
<b>Dimensi Produk (<i>Product</i>)</b>	
1	<i>Wallpaper</i> sebagai alternatif bahan pengganti cat tembok untuk pelapis dinding
2	<i>Wallpaper</i> memiliki kualitas yang baik dan lebih tahan dibandingkan cat tembok
3	<i>Wallpaper</i> harus mampu mengurangi debu akibat kerontokan cat tembok
4	Motif dan warna <i>Wallpaper</i> yang lebih bervariasi dan sesuai dengan katalog
5	Motif <i>Wallpaper</i> yang timbul dan berbentuk 3D
6	Jenis ukuran <i>Wallpaper</i> yang lebih beragam
<b>Dimensi Biaya (<i>Cost</i>)</b>	
7	Harga <i>Wallpaper</i> lebih murah dibandingkan dengan cat tembok
8	Harga <i>Wallpaper</i> harus sesuai dengan kualitas

(Sumber : Pengumpulan Data, 2016)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 3.2 Pernyataan Setiap Dimensi Yang Digunakan (Lanjutan)

No.	Pernyataan
9	Pemberian <i>discount</i> untuk pembelian <i>Wallpaper</i> dalam jumlah banyak
10	Mengadakan promo diwaktu tertentu
<b>Dimensi Pemesanan (Delivery)</b>	
11	Ketepatan kuantitas pemesanan <i>Wallpaper</i>
12	Ketepatan waktu pengiriman <i>Wallpaper</i>
13	Ketepatan waktu pemasangan <i>Wallpaper</i>
<b>Dimensi Pelayanan</b>	
14	Pemberian garansi terhadap <i>Wallpaper</i> yang telah dipasang
15	Penyediaan katalog <i>Wallpaper</i> dengan berbagai macam motif, warna dan variasi harga
16	Adanya konsultasi gratis dalam mengetahui jumlah pemakaian <i>wallpaper</i>
17	Pemberian nota bukti pemesanan

(Sumber : Pengumpulan Data, 2016)

Pengisian kuesioner kedua dilakukan untuk mencari penilaian bobot dan *rating* yang akan digunakan pada metode TOPSIS. Berikut adalah indikator variabel yang digunakan dalam kuesioner :

Tabel.3.3 Alternatif dan Kriteria yang digunakan.

Alternatif	Kriteria
<i>Cost Leadership Strategy</i> <i>Differentiation Strategy</i> <i>Segmentation Strategy</i>	1. Kemampuan manajemen
	2. Mengurangi tingkat kecacatan pemasangan
	3. Kerapian dalam pemasangan produk
	4. Kualitas produk yang baik
	5. Harga penawaran
	6. Potongan harga
	7. Biaya transportasi
	8. Ketepatan kuantitas pesanan
	9. Ketepatan waktu pengiriman
	10. Ketepatan waktu pemasangan
	11. Pemberian garansi
	12. Pelayanan yang baik
	13. Konsultasi gratis

(Sumber : Pengumpulan Data, 2016)

Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Penskalaan dilakukan untuk mengukur atribut atau karakteritik suatu pernyataan. Skala ini menggunakan ukuran ordinal sehingga dapat membuat *ranking* yaitu :

Tabel.3.4 Skala Penelitian

Skala	Bobot
Sangat Penting (SP)	5
Penting (P)	4
Cukup Penting (CP)	3
Tidak Penting (KP)	2
Sangat Tidak Penting (TP)	1

### 3.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### 3.9.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan menghasilkan nilai yang sesuai dengan tujuan alat ukur tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment pearson* yang diolah dengan *software SPSS 16.0 for Windows*.

#### 3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran kuesioner yang digunakan relatif konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih pada responden yang berbeda. Reliabilitas kuesioner berkaitan dengan skor hasil pengukuran terbebas dari kesalahan pengukuran. Metode yang digunakan untuk pengujian reliabilitas dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan nilai *Alpha Cronbach* yang didapat dengan bantuan *Software SPSS 16.0 for Windows*.

#### 3.10 Pengumpulan Data

Setelah melakukan penetapan tujuan dan perancangan kuesioner, maka yang dilakukan selanjutnya adalah pengumpulan data. Data yang digunakan dalam penelitian haruslah akurat karena data merupakan salah satu bahan yang sangat penting. Apabila data yang diperoleh tidak akurat maka hasil yang akan diterima tidak valid. Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang dilakukan dengan dua jenis pengumpulan data yaitu:

##### 1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dalam penelitian ini

berupa opini subjek (orang) secara individual, dengan menggunakan teknik wawancara, yang berarti melakukan wawancara kepada seorang ahli pemasaran (*expert judgement*) yaitu pimpinan perusahaan UKM Sahabat Decor.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

### 3.11 Pengolahan Data

Setelah data yang diinginkan sudah cukup kemudian dilakukan pengolahan data. Pada tahap ini data yang dikumpulkan dari hasil kuesioner konsumen umum dilakukan penginputan data ke *SPSS* untuk mengetahui apakah data telah valid dan reliabel. Setelah data dinyatakan valid dan reliabel, maka langkah berikutnya adalah mencari nilai tertinggi dari setiap dimensi atas keinginan konsumen. Dimensi tertinggi atas keinginan konsumen akan digunakan sebagai pendukung dalam mengambil dan menerapkan strategi pemasaran terpilih hasil dari metode TOPSIS. Adapun prosedur langkah-langkah dalam pengerjaan metode TOPSIS yaitu:

#### 1. Membuat matriks keputusan yang ternormalisasi

Konversi matriks dengan keputusan alternatif  $m$  dan  $n$  kriteria untuk sebuah matriks berdimensi ( $x_{ij}$  adalah nilai  $I$  dengan alternatif dalam kriteria  $j$ )  $R_{ij} = x_{ij} / (i = 1, \dots, m ; j = 1, \dots, n$

#### 2. Membuat matriks keputusan yang ternormalisasi terbobot

Menentukan bobot untuk setiap kriteria  $w_j$  for  $j = 1, \dots, n$ . Mengalikan setiap kolom dari matriks keputusan yang dinormalisasi dengan berat yang terkait. Dengan melakukan perhitungan untuk nilai  $V_{ij}$  tertimbang sebagai berikut :  $V_{ij} = w_j x_{ij}, i = 1, \dots, m ; j = 1, \dots, n$  Dimana  $w_j$  adalah bobot dari kriteria  $j$ .




**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Menentukan matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif  $V_j^+$  dan  $V_j^-$  adalah nilai normalisasi terbobot terbaik dan terburuk dari semua alternatif berdasarkan kriteria  $j$ . Dari rumus diatas dapat dijelaskan  $J$  adalah set dari atribut keuntungan dimana  $J^+$  adalah set dari atribut biaya.
4. Menentukan jarak antara nilai setiap alternatif dengan matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif.  
Melakukan perhitungan dengan menggunakan metode perhitungan jarak Euclidean.
5. Menentukan nilai preferensi untuk setiap alternatif

### 3.12 Analisa

Analisa data bertujuan untuk membahas dan menjelaskan hasil yang diperoleh dari pengolahan data. Analisa hasil data ini bertujuan untuk membahas dan menjelaskan serta menjawab pertanyaan dari perumusan masalah dan tujuan yang telah ditetapkan. Analisa dilakukan pada hubungan keinginan konsumen dengan strategi terpilih berdasarkan pengolahan menggunakan metode TOPSIS.

### 3.13 Kesimpulan dan Saran

Hasil akhir dari sebuah penelitian adalah kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan jawaban dari tujuan penelitian. Setelah membuat kesimpulan kemudian dibuat saran yang bertujuan sebagai masukan kepada pihak perusahaan agar dapat meningkatkan pemasaran produk.