

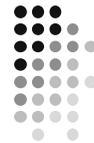
METODE PENELITIAN KUANTITATIF



**Oleh:
Prof. Dr. Suliyanto, SE, MM**

PELATIHAN METODOLOGI PENELITIAN
UNIVERSITAS PERADABAN BUMIAYU
2017

PENYAMAAN PERSEPSI



- Skripsi
- Tesis
- Disertasi

Pembeda	Skripsi	Tesis Aplikatif (AMM)	Tesis Teoritis (MSi)	Disertasi
Jenjang Pendidikan	Sarjana (S1)	Magister (S2)	Magister (S2)	Doktoral (S3)
Masalah Penelitian	<i>Business gap</i> atau <i>Research gap</i>	<i>Business Gap</i>	<i>Research gap</i>	<i>Research gap</i> atau <i>Theory Gap</i>
Tujuan Penulisan	Memberikan kemampuan kepada mahasiswa dalam penulisan ilmiah secara baik dan benar, sehingga lebih menekankan pada penerapan ilmu metodologi penelitian.	Pemecahan masalah secara mendalam (program aplikatif), mencari solusi praktis atas masalah di lapangan.	Pengembangan ilmu pengetahuan (program science), menjelaskan sesuatu yang belum jelas menjadi lebih jelas.	Membangun teori baru atau konsep baru yang selama ini belum ada.
Review Literatur	Tinjauan Pustaka: Tinjauan pustaka disusun dengan memberikan tinjauan (<i>overview</i>) terhadap teori dan penelitian sebelumnya yang relevan dengan dengan <i>fenomena gap</i> atau <i>research gap</i> yang akan dipecahkan, dengan tujuan agar pembaca memahami bahwa model yang dibangun memiliki dasar teori yang kuat.	Tinjauan Pustaka: Tinjauan pustaka disusun dengan melakukan telaah kritis (<i>critical review</i>) terhadap teori dan hasil penelitian sebelumnya serta menjelaskan hubungan logis antar variabel, dikaitkan dengan <i>fenomena gap</i> yang akan dipecahkan, termasuk membahas solusi yang ditawarkan penelitian sebelumnya dalam memecahkan <i>fenomena gap</i> yang relevan, dengan tujuan agar solusi pemecahan masalah yang ditawarkan memiliki dasar teori yang kuat.	Telaah Pustaka: Telaah pustaka disusun dengan melakukan telaah kritis (<i>critical review</i>) terhadap teori dan hasil penelitian sebelumnya serta menjelaskan hubungan logis antar variabel, dikaitkan dengan <i>research gap</i> yang akan dipecahkan, termasuk membahas perbedaan perspektif dan kontroversi, dengan tujuan untuk membangun pengembangan model penelitian.	Telaah Pustaka: Telaah pustaka disusun dengan melakukan telaah kritis (<i>critical review</i>) terhadap teori dan hasil penelitian sebelumnya serta menjelaskan hubungan logis antar variabel, dikaitkan dengan <i>research gap</i> atau <i>teori gap</i> yang akan dipecahkan, termasuk membahas perbedaan perspektif dan kontroversi, dengan tujuan untuk membangun konsep baru.
Penekanan Hasil	Pemecahan masalah berdasarkan metode ilmiah.	Dapat dihasilkannya rekomendasi yang dapat digunakan untuk	Pengembangan ilmu pengetahuan	Penemuan kebaruan (<i>Novelty</i>) teori atau konsep yang selama ini belum ada.

Tingkatan Penelitian



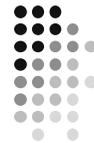
- Penelitian replika identik
- Replika dan ekstensi
- Pemecaran teori dan metode baru
- Tinjauan Integratif
- Pengembangan teori baru untuk menjelaskan fenomena lama, mempertentangkan teori satu dengan yang lainnya
- Identifikasi fenomena baru
- Pengembangan sitesa akbar
- Pengembangan teori baru yang mempredikasi fenomena baru

KLASIFIKASI BAB



- BAB I PENDAHULUAN
- BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN
- BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA
- BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN
- BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

I. PENDAHULUAN



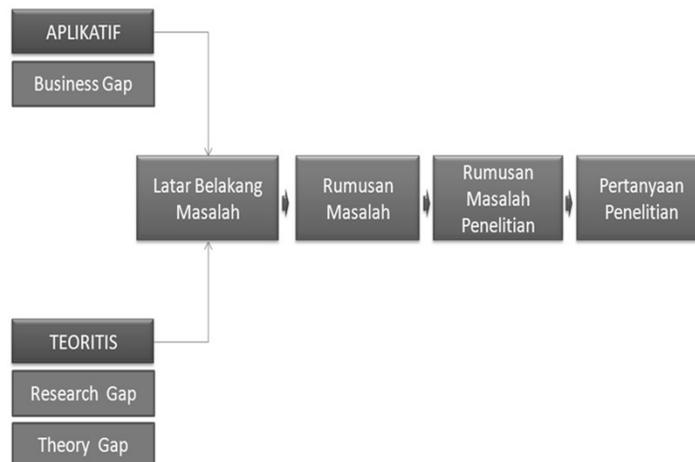
- A. Latar Belakang
- B. Perumusan Masalah
- C. Pembatasan Masalah
- D. Tujuan Penelitian
- E. Manfaat Penelitian

A. Latar Belakang

- Latar belakang penelitian berisi tentang alasan perlunya dilakukan penelitian. Latar belakang penelitian dapat bersumber pada fenomena lapangan (penelitian aplikatif) maupun bersumber pada *research gap* (penelitian fundamental). Untuk memperkuat alasan perlunya dilakukan penelitian harus didukung dengan data yang memadai. Dalam bagian akhir ditulis dengan penegasan topik yang akan diteliti bukan judul penelitian.

Mengapa meneliti ini ?

Diagram Alir Penyusunan Latar Belakang, Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian



Perbedaan Penelitian Murni dan Terapan (Masalah Penelitian)



Murni	Terapan
<ul style="list-style-type: none">Masalah penelitian bersumber pada <i>research gap</i>, yang berupa keterbatasan penelitian sebelumnya yang perlu dikembangkan, hasil penelitian sebelumnya yang dinilai belum jelas, atau perbedaan hasil-hasil penelitian sebelumnya. Selain bersumber pada <i>research gap</i> sumber masalah penelitian juga dapat berasal dari <i>theory gap</i>, yang berupa perbedaan antara teori yang satu dengan teori yang lain atau perbedaan antara teori dengan kenyataan.	<ul style="list-style-type: none">Masalah penelitian berasal dari fenomena bisnis, yang berupa kesenjangan antara apa yang seharusnya terjadi (<i>das sollen</i>) dan apa yang benar-benar terjadi (<i>das sein</i>), adanya kesangsian atau keraguan bisnis, adanya perubahan yang perlu diantisipasi dalam bisnis

Perbedaan Penelitian Murni dan Terapan (Tujuan Penelitian)



Murni	Terapan
<ul style="list-style-type: none">Tujuan penelitian untuk mengembangkan ilmu pengetahuan.	<ul style="list-style-type: none">Tujuan penelitian untuk memecahkan masalah praktis dimana penelitian dilakukan.

Perbedaan Penelitian Murni dan Terapan (Manfaat Penelitian)



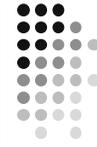
Murni	Terapan
<ul style="list-style-type: none"> • Lebih menekankan pada manfaat teoritis untuk pengembangan ilmu pengetahuan dibandingkan manfaat praktis untuk pemecahan masalah praktis dilapangan. Manfaat teoritis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lebih menekankan pada manfaat praktis untuk pemecahan masalah praktis dilapangan dibandingkan dengan manfaat teoritis untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Manfaat praktis untuk perbaikan-perbaikan praktek yang sudah ada atau untuk meningkatkan efesiensi dan efektifitas.

Sumber Masalah Penelitian

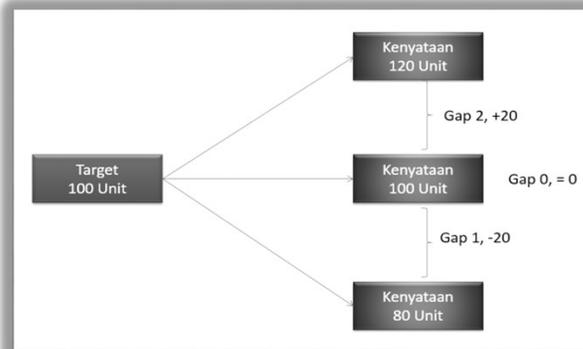


Terapan	Teoritis
<ul style="list-style-type: none"> • Adanya kesenjangan (<i>gap</i>) antara apa yang seharusnya terjadi (<i>das sollen</i>). • Adanya kesangsian atau keraguan. • Adanya perubahan kebijakan/fenomena. • Adanya aktivitas bisnis pada tingkat individu/ bagian/ organisasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya keterbatasan penelitian sebelumnya. • Adanya konsep hubungan antar variabel yang belum jelas. • Adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya yang perlu dijelaskan.

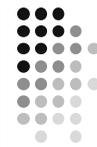
Masalah Penelitian-Aplikatif



1. Adanya kesenjangan (*gap*) antara apa yang seharusnya terjadi (*das sollen*) dan apa yang benar-benar terjadi (*das sein*), atau ada kesenjangan antara harapan dan kenyataan.



Masalah Penelitian-Aplikatif



2. Adanya kesangsian atau keraguan sebagai akibat dari ketidakpastian bisnis

PT. Aringanu yang bergerak dalam bidang properti sejak tahun 2002, pada saat ini akan membuka usaha jasa perbankan dengan mendirikan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di Purwokerto. Untuk mendirikan BPR diperlukan investasi yang tidak sedikit yaitu mencapai Rp. 10 milyar. Berdasarkan data sekunder diperoleh bahwa jumlah Bank Umum di Purwokerto sebanyak 15 kantor cabang, sedangkan jumlah BPR sudah mencapai 20 yang terdiri dari 5 kantor pusat dan 15 kantor cabang, oleh karena itu untuk menghindari kegagalan investasi dalam pendirian BPR. Di Purwokerto diperlukan penelitian untuk dapat mengurangi resiko bisnis.

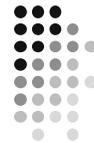
Masalah Penelitian-Aplikatif



3. Adanya perubahan kebijakan/fenomena yang perlu diantisipasi dalam bisnis

PT. Ariana melakukan perubahan jam kerja. Pada awalnya jam kerja dimulai pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 16.00 WIB, namun karena seringkali kemacetan pada jam-jam sekolah perusahaan melakukan perubahan jam kerja dari pukul 09.00 WIB sampai dengan pukul 17.00 WIB. Dengan adanya perubahan jam kerja tersebut bagian personalia belum memiliki informasi tentang pengaruhnya terhadap produktivitas kerja.

Masalah Penelitian-Aplikatif



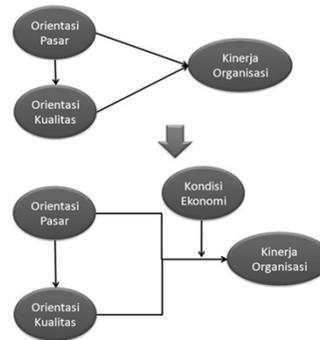
4. Adanya aktivitas bisnis pada tingkat individu/bagian/organisasi yang perlu dievaluasi sebagai dasar perumusan kebijakan

PT. Aringanu akan memberikan kebijakan promosi kepada semua kepala bagian yang memiliki kinerja yang baik, namun perusahaan belum memiliki informasi tentang kinerja kepala bagian yang terkini sebagai dasar untuk meruluskan kebijakan.

Masalah Penelitian-Teoritis

1. Adanya keterbatasan penelitian sebelumnya yang perlu dilanjutkan atau dikembangkan.

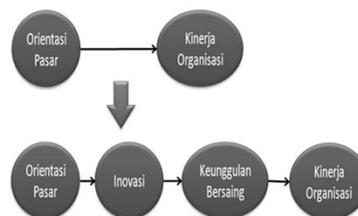
Sittimalakorn dan Hart (2004) melakukan penelitian di Thailand dengan tujuan untuk menguji pengaruh langsung dan pengaruh mediasi dari orientasi pasar dan orientasi kualitas terhadap kinerja bisnis. Berdasarkan hasil analisis orientasi pasar dan orientasi kualitas berpengaruh terhadap kinerja bisnis baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada penelitian tersebut disebutkan keterbatasannya yaitu pada saat dilakukan penelitian, thailand mengalami krisis ekonomi yang hebat, sehingga penelitian ini tidak dapat menggambarkan lingkungan bisnis yang normal, oleh karena itu perlu menempatkan kondisi ekonomi sebagai variabel moderasi.



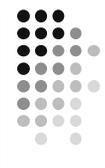
Masalah Penelitian-Teoritis

2. Adanya konsep hubungan antar variabel yang belum jelas.

Narver dan Slater (1990) menyatakan bahwa orientasi pasar suatu budaya organisasi yang terdiri dari tiga elemen perilaku yaitu (1) orientasi konsumen, (2) orientasi pesaing, dan (3) koordinasi interfunksional. Beberapa penelitian telah berhasil membuktikan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh terhadap kinerja organisasi (Bhuan, 1998; Deshpande *et al.*, 1993; Harris dan Ogboma, 2001; Jaworski dan Kohli, 1993; Matzuno dan Mentzer, 2000; Pitt *et al.*, 1996; Selnes *et al.*, 1996), tetapi bagaimana orientasi pasar dapat meningkatkan kinerja organisasi belum jelas, hal ini karena hanya dengan mengamati pesaing, mengamati konsumen dan melakukan koordinasi tiba-tiba meningkatkan kinerja organisasi.

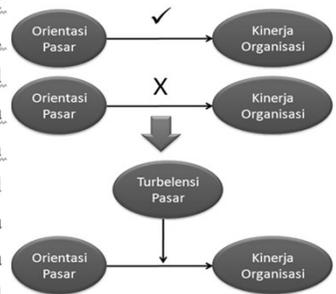


Masalah Penelitian-Teoritis

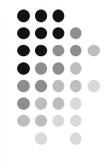


3. Adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya yang perlu dijelaskan.

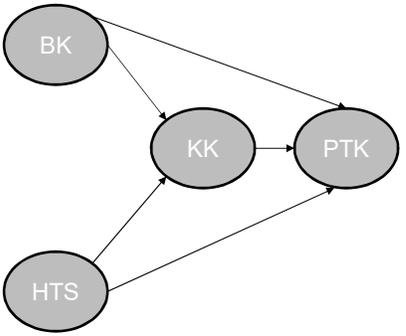
Beberapa hasil penelitian telah membuktikan adanya hubungan yang kuat antara orientasi pasar dengan kinerja (Matsuno *et al.*, 1994, Greenley, 1995; Ghosh *et al.*, 1994; Speed and Smith, 1993), sedangkan hasil penelitian lainnya tidak mendukung adanya hubungan positif antara orientasi pasar dengan kinerja organisasi (Han *et al.*, 1998; Jaworski dan Kohli, 1993). Berdasarkan beberapa penelitian tersebut terlihat bahwa hasil penelitian yang menguji pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran masih memberikan kesimpulan yang berbeda-beda, oleh karena itu perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk menjelaskan hubungan kausal antara orientasi pasar dengan kinerja pemasaran.



Contoh Latar Belakang Aplikatif:



- A. Latar Belakang**
- Pengantar yang menjelaskan munculnya masalah
 - Pernyataan Masalah + Fakta
 - Alasan pemilihan **variabel beban kerja** + Fakta + dukungan teoritis berkaitan dengan masalah
 - Alasan pemilihan variabel **hubungan teman sejawat** + Fakta + dukungan teoritis berkaitan dengan masalah
 - Alasan pemilihan variabel **kepuasan kerja** + Fakta + dukungan teoritis berkaitan dengan masalah
 - Paragraf penutup

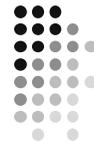


Hal yang Perlu Dihindari



- Latar belakang terlalu panjang lebar dan hanya merupakan kondisi yang sifatnya umum.
- Latar belakang tidak didukung dengan adanya gejala atau fakta tentang permasalahan.
- Latar belakang tidak diawali dengan ancangan atau pengantar.
- Masalah tidak didukung teori dan penelitian sebelumnya untuk memperkuat argumentasi dan meningkatkan obyektifitas

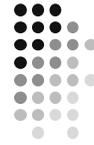
Hal yang Perlu Dihindari



- Latar belakang penelitian sudah berisi kesimpulan yang berdasarkan pada apriori peneliti,.

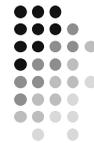
.....Berdasarkan fakta yang diuraikan di atas, maka peneliti perlu meneliti pengaruh lingkungan kerja dan beban kerja karyawan terhadap stres kerja karyawan, hal ini karena lingkungan kerja dan beban kerja karyawan berpengaruh terhadap stres kerja karyawan.....

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA LATAR BELAKANG



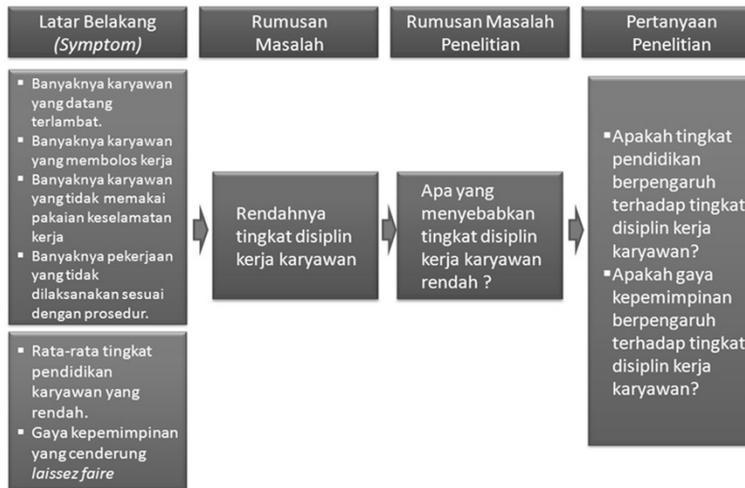
- TANPA PENGANTAR
- TANPA DIDUKUNG FAKTA/ GEJALA
- TIDAK MENJELASKAN AKTUALITAS/ RELEVANSI MASALAH
- TIDAK MENJELASKAN ALUR LOGIKA BERDASAR TEORI
- TIDAK MENJELASKAN POSISI PENELITIAN & PENGEMBANGAN

B. RUMUSAN MASALAH



- Rumusan masalah merupakan intisari permasalahan yang akan diselesaikan dalam penelitian yang akan dilakukan. Rumusan masalah diperoleh berdasarkan gejala, fakta-fakta yang telah diuraikan dalam latar belakang penelitian.

Contoh Diagram Alir Penyusunan Latar Belakang, Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian



HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA PERUMUSAN MASALAH

1. Peneliti tidak melakukan perumusan masalah tetapi langsung merumuskan pertanyaan penelitian. Sehingga pertanyaan besar mengapa perlu dilakukan penelitian tidak jelas.

Contoh:

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah intensitas periklanan berpengaruh positif terhadap kesadaran merek?
- b. Apakah intensitas personal selling berpengaruh positif terhadap kesadaran merek?
- c. Apakah intensitas promosi penjualan berpengaruh positif terhadap kesadaran merek?
- d. Apakah kesadaran merek berpengaruh positif terhadap minat beli?

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA PERUMUSAN MASALAH

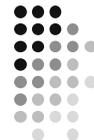


2. Rumusan masalah tidak sesuai dengan gejala dan fakta-fakta yang disajikan dalam latar belakang penelitian. Kesalahan semacam ini dapat dikatakan sebagai kesalahan diagnosa, seperti halnya gejala yang ditunjukkan pasien adalah gejala demam berdarah tetapi dokter malah mendiagnosa sebagai gejala tipus.

Contoh:

Dalam latar belakang diuraikan fakta tentang target penjualan yang tidak tercapai, adanya penurunan penjualan secara terus menerus, adanya penurunan market share, tinggi komplain pelanggan. Tetapi masalah yang dirumuskan "*rendahnya kualitas pelayanan*" mestinya berdasarkan gejala tersebut masalah yang dirumuskan "*adanya penurunan kinerja pemasaran*", sedangkan apakah rendahnya kualitas pelayanan yang menyebabkan terjadinya gejala tersebut, merupakan hal yang akan diteliti dan dirumuskan dalam pertanyaan penelitian.

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA PERUMUSAN MASALAH



3. Peneliti mengajukan pertanyaan penelitian, yang indikatornya sulit diukur.

Contoh:

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

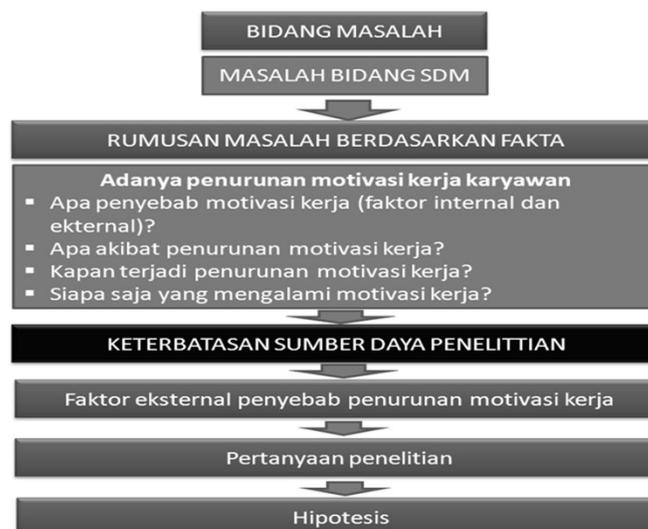
- a. **Seberapa jauh** pengaruh intensitas periklanan terhadap kesadaran merek.
- b. **Sejauh mana** pengaruh personal selling terhadap kesadaran merek.

Kata tanya seberapa jauh, sejauh mana secara statistik sulit untuk diuji.

C. Pembatasan Masalah

- Pembatasan masalah sering juga disebut dengan ruang lingkup penelitian (*scope of research*).
- Permasalahan perlu dibatasi, hal ini karena biasanya sangat luas dan tidak memungkinkan untuk diteliti semua.
- Agar penelitian dapat mengarah ke inti masalah yang sesungguhnya sehingga penelitian yang dihasilkan menjadi lebih fokus dan tajam.
- Pembatasan masalah dalam penelitian bukan merupakan pembatasan akan waktu pelaksanaan penelitian, pembatasan ukuran sampel, dan pembatasan lokasi penelitian.

Diagram Alur Proses Pembatasan Masalah Penelitian



HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA PEMBATASAN MASALAH



1. Pembatasan waktu penelitian dianggap sebagai pembatasan masalah.

Contoh:

Penelitian ini di batasi dari Bulan Januari sampai dengan Bulan Juni tahun 2016.

2. Pembatasan ukuran sampel dianggap sebagai pembatasan masalah

Contoh:

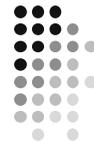
Penelitian ini di hanya menggunakan sampel sebanyak 100 responden

2. Pembatasan lokasi penelitian dianggap sebagai pembatasan masalah

Contoh:

Penelitian ini di hanya dilakukan di Kota Purwokerto

D. Tujuan Penelitian



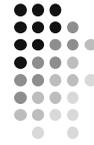
1. Tujuan Umum

Tujuan umum ditujukan untuk menjawab masalah penelitian yang telah dirumuskan.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan berdasarkan masalah umum

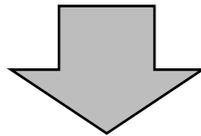
Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah adanya perbedaan hasil penelitian tentang pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas, dimana (Mohsan et al, 2011) menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas, namun (Strauss dan Neuhasu, 1997) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas. Berdasarkan masalah yang dikemukakan tersebut, maka dirumuskan masalah penelitian *“apa yang menyebabkan adanya perbedaan hasil penelitian tentang pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?”*



Untuk menjelaskan perbedaan hasil penelitian tentang perbedaan hasil penelitian tentang pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas.

1. Apakah tipe kepribadian memoderasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas?
2. Apakah iklan produk pesaing memoderasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas?
3. Apakah *product involvement* memoderasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas?

Pertanyaan Penelitian



- a. Untuk menganalisis peran moderasi tipe kepribadian pada hubungan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas.
- b. Untuk menganalisis peran moderasi iklan produk pesaing pada hubungan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas.
- c. Untuk menganalisis peran moderasi *product involvement* pada hubungan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas.

Tujuan Khusus

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA TUJUAN PENELITIAN



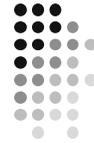
1. Tujuan peneliti ditulis sebagai tujuan penelitian. Tujuan peneliti dengan tujuan penelitian merupakan hal yang berbeda. Tujuan peneliti tidak ada hubungannya dengan masalah penelitian, sebaiknya tujuan penelitian bertujuan untuk memecahkan masalah penelitian.

Contoh:

Bagi penulis penelitian ini merupakan salah satu bentuk nyata pelaksanaan tugas akademik untuk mendapatkan gelar magister pada Progam Studi Magister Manajemen Universitas Jenderal Soedirman.

2. Tujuan umum tidak relevan dengan rumusan masalah, atau tujuan khusus tidak sesuai dengan pertanyaan penelitian..

E. Manfaat Penelitian



- Penelitian skripsi dan tesis memiliki dua manfaat yaitu manfaat praktis dan manfaat teoritis. Manfaat praktis menjelaskan kontribusi hasil penelitian bagi subyek atau organisasi yang teliti, sedangkan manfaat teoritis menjelaskan kontribusi penelitian tersebut bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA MANFAAT PENELITIAN



1. Manfaat penelitian terlalu umum atau nomatif, sehingga tidak ada kaitan dengan masalah penelitian.

Contoh:

Manfaat praktis, penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam rangka mengembangkan usahanya.

Manfaat teoritis, penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu literatur untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan menjadi dasar atau perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat penelitian ditujukan bagi pihak-pihak yang tidak ada relevansinya dengan masalah penelitian yang dipecahkan dalam penelitian

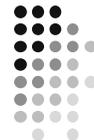
Contoh:

1. *Bagi penulis, Sebagai wahana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah di dapatkan selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman.*

2. *Bagi perpustakaan, Untuk menambah referensi di perpustakaan Universitas Jenderal Soedirman di bidang ilmu manajemen sumberdaya manusia.*

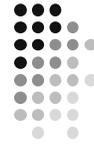
3. *Bagi peneliti berikutnya, sebagai salah satu bahan acuan dalam penelitian berikutnya pada topik penelitian yang relatif sama.*

II. TELAHAH PUSTKA



- **Pustaka yang dipilih untuk penulisan telaah pustaka pada penelitian adalah pustaka yang memiliki hubungan yang kuat (*strong relationship*) dengan masalah yang kita teliti. Kualitas penelitian teoritis sangat tergantung kepada kontribusi penelitian tersebut bagi pengembangan ilmu pengetahuan atau teori.**

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA TELAAH PUSTAKA



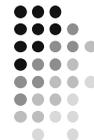
1. **Pustaka yang ditelaah terlalu luas, sehingga tidak ada kaitan langsung dengan masalah yang diteliti.**

Contoh:

Mahasiswa melakukan penelitian dengan judul *“Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran melalui inovasi”*.

Mahasiswa tersebut melakukan telaah pustaka mulai dari konsep manajemen pemasaran, sehingga telaah pustaka yang dilakukan terlalu luas dan tidak ada keterkaitan langsung dengan masalah yang diteliti, semestinya langsung dilakukan telaah pustaka terhadap konsep orientasi pasar, inovasi dan kinerja pemasaran.

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA TELAAH PUSTAKA



2. **Melakukan kutipan dalam kutipan. Peneliti enggan untuk menelusur pustaka aslinya sehingga hanya melakukan kutipan yang sudah dikutip oleh peneliti sebelumnya.**

Contoh:

Slater dan Narver (2000) dalam Suliyanto (2009) menyatakan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh terhadap profitabilitas, dengan menggunakan indikator pengukuran *Return on Investment (ROI)*.

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA TELAAH PUSTAKA

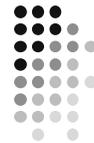


2. Tidak melakukan telaah tetapi hanya melakukan kutipan-kutipan pustaka saja. Peneliti hanya mengumpulkan pustaka yang dipandang relevan dengan penelitian yang dilakukan dari berbagai sumber kemudian dirangkai dengan menggunakan kata sambung dalam suatu kalimat.
3. Putaka yang ditelaah kurang mutakhir (*up to date*)

Penjelasan:

Tidak ada batasan waktu kapan pustaka dinyatakan sudah tidak mutakhir (*up to date*) lagi, hal ini karena masing-masing topik penelitian memiliki intensitas untuk diteliti yang berbeda-beda. Topik penelitian yang jarang dilakukan penelitian memiliki batasan mutakhir yang berbeda dengan topik penelitian yang sering dilakukan, oleh karena itu untuk melihat kemutahiran pustaka yang digunakan peneliti harus menunjukkan *state of the art* atas topik penelitian yang dilakukan.

PENGERTIAN HIPOTESIS



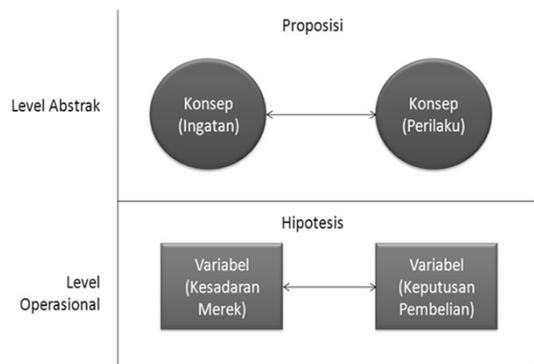
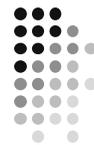
- Hipotesis merupakan jawaban sementara yang hendak diuji kebenarannya.
- Tidak semua penelitian memerlukan hipotesis, penelitian yang bersifat eksploratif dan deskriptif tidak memerlukan hipotesis

Hipotesis vs Preposisi



No	Hipotesis	Proposisi
1.	Bersifat operasional	Bersifat Konsep
2.	Sudah dapat diuji secara empirik	Belum dapat diuji secara empirik
3.	Konsep-konsep dalam hipotesis sudah dioperasionalkan menjadi variabel.	Baru menyatakan perbedaan atau hubungan antara beberapa konsep belum sampai dioperasionalkan menjadi variabel.

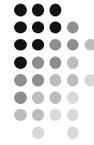
Hipotesis vs Preposisi



Proposisi:
Konsumen akan cenderung menetapkan pilihannya pada merek yang paling diingatnya.

Hipotesis:
H1: Terdapat pengaruh positif kesadaran merek terhadap keputusan pembelian.

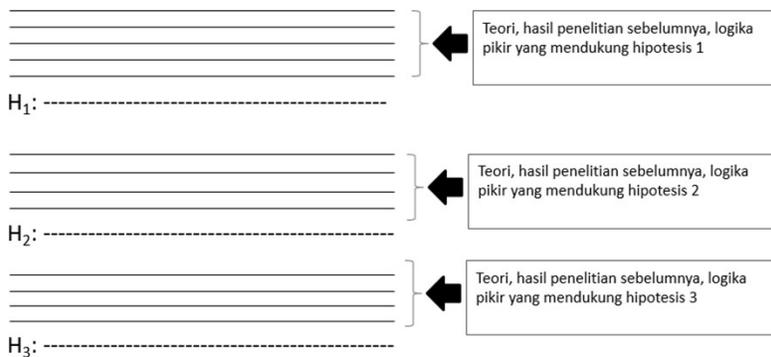
DASAR MERUMUSKAN HIPOTESIS



1. Berdasarkan pada teori
2. Berdasarkan penelitian terdahulu
3. Berdasarkan penelitian pendahuluan
4. Berdasarkan akal sehat peneliti



Struktur Pengembangan Hipotesis



DALAM SEBUAH PENELITIAN HIPOTESIS DAPAT DINYATAKAN DALAM BEBERAPA BENTUK



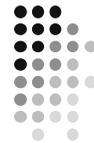
1. Hipotesis Nol

Merupakan hipotesis yang menyatakan hubungan atau pengaruh antar variabel sama dengan nol. Atau dengan kata lain tidak terdapat perbedaan, hubungan atau pengaruh antar variabel.

2. Hipotesis Alternatif

Merupakan hipotesis yang menyatakan adanya perbedaan, hubungan atau pengaruh antar variabel tidak sama dengan nol. Atau dengan kata lain terdapat perbedaan, hubungan atau pengaruh antar variabel (merupakan kebalikan dari hipotesis Nol)

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA HIPOTESIS



1. Memaksakan adanya hipotesis pada jenis penelitian yang sebenarnya tidak memerlukan hipotesis. Tidak semua penelitian memerlukan hipotesis, jenis penelitian eksploratori tidak memerlukan adanya hipotesis, sehingga tidak harus dipaksakan menggunakan hipotesis.

Contoh:

Penelitian dengan tujuan untuk menggambarkan kondisi sosial masyarakat suku Badui dalam di pedalaman Jawa Barat. Penelitian ini tidak memerlukan hipotesis karena merupakan penelitian eksploratori.

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA HIPOTESIS

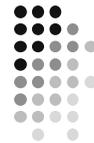


2. Hipotesis yang dibangun tanpa dasar yang kuat. Pengembangan hipotesis harus didukung oleh teori dan hasil penelitian sebelumnya. Hipotesis yang tidak didukung dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya akan sulit diterima umum karena alur pikir yang sulit diterima akal sehat.

Contoh:

H1: Terdapat pengaruh positif jumlah kecelakaan lalu lintas terhadap jumlah produksi jagung.

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA HIPOTESIS



3. Hipotesis tidak memiliki arah pengujian yang jelas, padahal penelitian sebelumnya yang digunakan untuk membangun hipotesis sudah menunjukkan arah. Penggunaan arah dalam perumusan hipotesis memiliki konsekuensi dalam pengujian statistiknya.

Contoh:

H1: Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap niat pembelian ulang.

4. Berapa hipotesis digabung menjadi satu sehingga membingungkan dalam merumuskan kriteria pengujiannya.

Contoh:

H1: Orientasi konsumen, orientasi pesaing dan koordinasi antar bagian berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi.

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA HIPOTESIS



5. Kesalahan dalam pemilihan kata dalam perumusan kalimat hipotesis yang menimbulkan *redundand* (pengulangan makna)

Contoh 1:

H1: **Diduga** kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap niat pembelian ulang.

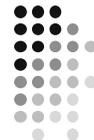
Contoh 2:

H1: Kepuasan pelanggan **berpengaruh positif signifikan** terhadap niat pembelian ulang.

Contoh 3:

H1: Kepuasan pelanggan **berpengaruh paling dominan** terhadap niat pembelian ulang.

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA HIPOTESIS



6. Uji ketepatan model (*goodness of fit*) dijadikan sebagai hipotesis.

Contoh:

H1: Secara bersama-sama orientasi konsumen, orientasi pesaing dan koordinasi antar bagian berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi.

BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA



A. Metode Penelitian

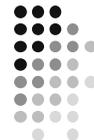
1. Jenis Penelitian
2. Lokasi Penelitian
3. Metode dan Penentuan Ukuran Sampel
 - Ukuran Sampel
 - Teknik Sampling
4. Sumber Data
5. Metode Pengumpulan Data
6. Definisi Konsep dan Operasional Variabel

B. Analisis Data

JENIS PENELITIAN DARI BERBAGAI SUDUT PANDANG

No	Dasar Pembagian	Jenis Penelitian
1	Tujuan	1. Penelitian Eksploratif 2. Penelitian Pengembangan 3. Penelitian Verifikatif
2.	Penggunaan Hasil	1. Penelitian Murni (<i>fundamental</i>) 2. Penelitian Terapan (<i>Aplikatif</i>)
3.	Dimensi Waktu	1. Longitudinal 2. <i>Cross section</i>
4.	Pendekatan	1. Deduktif 2. Induktif
5.	Tingkat Eksplanasi	1. Penelitian Deskriptif 2. Penelitian Komparatif 3. Penelitian Asosiatif
6.	Pengendalian Variabel	1. Penelitian Survai 2. Penelitian Eksperimental
7.	Taraf Penelitian	1. Penelitian Deskriptif 2. Penelitian Inferensi
8.	Analisis Data	1. Kuantitatif 2. Kualitatif

dsb.....



Penelitian Kualitatif vs Penelitian Kuantitatif



Perihal	Penelitian Kualitatif	Penelitian Kuantitatif
Kejelasan Desain	Tujuan, pendekatan, subyek, sampel, sumber data, langkah penelitian masih fleksibel dapat berubah dan berkembang sambil jalan.	Tujuan, pendekatan, subyek, sampel, langkah penelitian, sumber data sudah jelas.
Tujuan Penelitian	Untuk mendapatkan pemahaman kualitatif terhadap suatu fenomena.	Untuk mengukur data dan melakukan generalisasi hasil dari sampel ke populasi.
Hipotesis	Tidak mengajukan hipotesis, tetapi dapat muncul selama penelitian sedang berlangsung.	Dapat mengajukan hipotesis, sebagai jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.

Penelitian Kualitatif vs Penelitian Kuantitatif



Perihal	Penelitian Kualitatif	Penelitian Kuantitatif
Ukuran Sampel	Ukurannya relatif kecil dan bersifat non-representatif.	Ukurannya relatif besar dan bersifat representatif.
Keterlibatan Peneliti	Pengumpulan data harus dilakukan sendiri oleh peneliti, karena dalam pelaksanaannya dapat berubah yang harus segera diputuskan oleh peneliti.	Pengumpulan data memungkinkan untuk diwakilkan atau menggunakan enumerator.
Pengumpulan Data	Tidak terstruktur	Terstruktur
Analisis Data	Tidak menggunakan alat statistik dan analisis data dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data.	Dengan menggunakan alat statistik dan analisis data baru dapat dilakukan ketika semua data terkumpul.
Outcome	Mengembangkan pemahaman awal.	Memberikan rekomendasi final action.

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA JENIS PENELITIAN



1. Jenis penelitian berbeda-beda tergantung kepada sudut pandang yang digunakan, sehingga tidak ada kesamaan pandangan.

Contoh:

Mahasiswa melakukan penelitian dengan judul *“Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran melalui inovasi”*.

- a. Mahasiswa A, menyatakan jenis penelitiannya:
 - Penelitian verivikatif, karena melihat dari sudut pandang tujuan.
- b. Mahasiswa B, menyatakan jenis penelitiannya:
 - Penelitian murni, karena melihat dari sudut pandang penggunaan hasil.
- c. Mahasiswa C, menyatakan jenis penelitiannya:
 - Penelitian bidang sosial, karena melihat dari sudut pandang bidang ilmu.
- d. Mahasiswa D, menyatakan jenis penelitiannya:
 - Penelitian *cross section*, karena melihat dari sudut pandang metode.
- e. Mahasiswa E, menyatakan jenis penelitiannya:
 - Penelitian kuantitatif, karena melihat dari sudut pandang analisis data.
- f. Mahasiswa F, menyatakan jenis penelitiannya:
 - Penelitian survai, karena melihat dari sudut pandang pengendalian variabel.

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA JENIS PENELITIAN

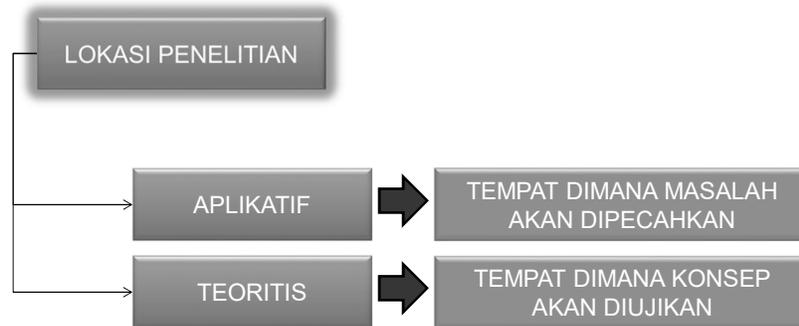
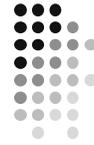


2. Peneliti hanya memberikan definisi pada jenis penelitian yang digunakan, tidak menjelaskan mengapa jenis penelitian tersebut yang dipilih.

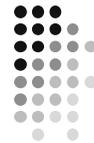
Contoh:

Jenis penelitian ini adalah penelitian survai, yaitu penelitian tidak melakukan tindakan manipulasi terhadap variabel yang diteliti, dengan demikian peneliti hanya melaporkan apa yang terjadi saja.

Lokasi Penelitian



HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA LOKASI PENELITIAN

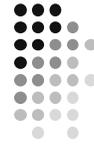


1. Tempat pengambilan data dianggap sebagai lokasi penelitian. Tempat pengambilan data adalah lokasi dimana data diambil, sedangkan lokasi penelitian adalah tempat dimana masalah akan dipecahkan (aplikatif), atau tempat dimana konsep diujikan (murni).

Contoh:

Seorang mahasiswa melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Inflasi, Kurs dan BI Rate terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia (BEI)" tetapi mahasiswa tersebut menuliskan lokasi penelitian dan Laboratorium Komputer Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsoed, karena pengambilan data dan pengerjaan laporan dilakukan di Laboratorium Komputer Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsoed. Mestinya lokasi penelitian di Bursa Efek Indonesia (BEI) Jakarta.

METODE DAN PENENTUAN UKURAN SAMPEL

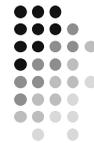


SAMPEL DAN POPULASI

PENENTUAN UKURAN

TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL

PENENTUAN UKURAN SAMPEL



- Metode Slovin
- Metode Kracie-Morgan
- Metode Isacc dan Michel
- Interval Taksiran

Penentuan Ukuran Sampel dengan Mempertimbangkan Alat Analisisnya



No	Tujuan Penelitian	Alat Analisis yang digunakan	Ukuran Sampel	Sumber
1.	Penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan suatu variabel.	Statistik deskriptif (mean, median, modus, standar deviasi, range dll).	Minimal 10% dari populasi.	Gay dan Diehl (1992)
2.	Penelitian eksploratif, yang bertujuan untuk menganalisis variabel-variabel yang membentuk sebuah faktor.	▪ Analisis Faktor	Antara 10-20 kali jumlah variabel.	Hair, <i>et al.</i> , (2006)
3.	Penelitian komparatif, yang bertujuan untuk membandingkan sampel satu dengan sampel lainnya.	▪ Uji beda 2 sampel bebas. ▪ Uji beda K sampel bebas. ▪ Uji beda 2 sampel berpasangan. ▪ Uji beda K sampel berpasangan.	Minimal 30 subyek per sampel.	Gay dan Diehl (1992)
4.	Penelitian eksperimental, yang bertujuan untuk membandingkan subyek yang dikenai perlakuan dengan subyek yang tidak dikenai perlakuan.	▪ Uji beda 2 sampel bebas. ▪ Uji beda K sampel bebas ▪ Uji beda 2 sampel berpasangan ▪ Uji beda K sampel berpasangan	Minimal 15 subyek per sampel.	Gay dan Diehl (1992)

Penentuan Ukuran Sampel dengan Mempertimbangkan Alat Analisisnya



5.	Penelitian korelasional, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya.	▪ Analisis Korelasi (Product Moment, Rank Spearman dan Kendall Tau)	Minimal 15 subyek.	Gay dan Diehl (1992)
6.	Analisis kausal, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung.	▪ Analisis regresi. ▪ Analisis jalur.	Minimal 15-20 observasi kali jumlah variabel bebas.	Hair, <i>et al.</i> , (2006)
			Minimal 10 x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian	Roscoe (1975)
		▪ <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	▪ 100-200 subyek. ▪ Disarankan 5-10 kali jumlah parameter (indikator + koefisien jalur).	Hair, <i>et al.</i> , (2006)
7.	Penelitian dependensi yang bertujuan untuk mengelompokkan setiap obyek ke dalam dua atau lebih kelompok berdasar kriteria sejumlah variabel bebas.	▪ Analisis diskriminan.	Minimal 20 kali jumlah variabel prediktor.	Hair, <i>et al.</i> , (2006)

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA SAMPLING



1. Peneliti tidak membedakan istilah ukuran sampel dengan jumlah sampel.

Contoh:

Penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 120 responden. Dalam penelitian dibedakan antara ukuran sampel (*sample size*= n), dengan jumlah sample (*number of sample*= k). Pada kasus tersebut maka jumlah responden sebanyak 120 adalah ukuran sampel, namun jika penelitian bertujuan untuk membedakan pendapatan Nelayan, Petani dan Pedagang, jumlah sampelnya sebanyak 3, yaitu sampel Nelayan, sampel Petani dan sampel Pedagang.

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA SAMPLING



2. Penentuan ukuran sampel tanpa menggunakan dasar ilmiah yang kuat, hanya berdasarkan subyektifitas peneliti saja.

Contoh:

Sampel dalam penelitian ini ditentukan sebesar 5% dari populasi, tetapi peneliti tidak memberikan alasan ilmiah yang jelas mengapa sampel yang diambil hanya 5% dari populasi.

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA PENENTUAN UKURAN SAMPEL



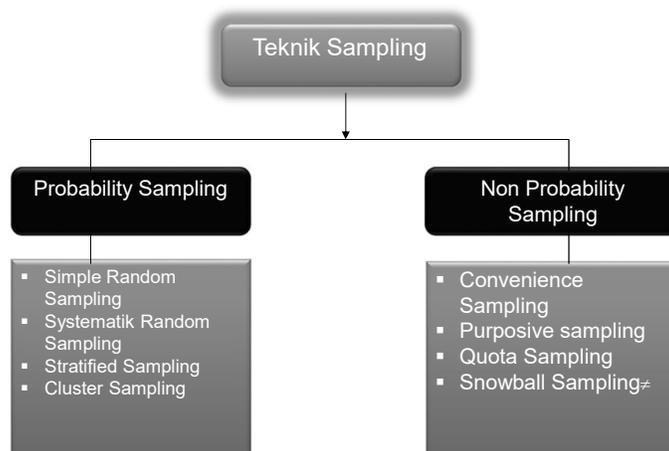
3. Penentuan ukuran sampel hanya berdasarkan pada persyaratan sampel minimal untuk memenuhi penggunaan alat analisis data tertentu, bukan berdasarkan pada pertimbangan untuk mewakili populasi.

Contoh:

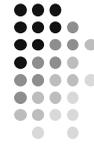
Penelitian dengan menggunakan alat analisis *Structural Equation Modelling (SEM)*, mensyaratkan peneliti menggunakan ukuran sampel 5 s.d 10 x manifest (indikator). Karena model yang dibangun oleh peneliti tersebut menggunakan parameter sebanyak 12 maka ukuran sampel yang ditetapkan adalah 120. Ukuran sampel sebanyak 120 belum tentu sudah mampu untuk mewakili populasi, tetapi harus dihitung ukuran sampel untuk dapat mewakili populasi.

Jika berdasarkan perhitungan dengan menggunakan slovin diperoleh ukuran sampel minimal sebesar 130, maka peneliti sebaiknya mengambil sample sebesar 130, tetapi jika berdasarkan rumus penentuan sampel minimal diperoleh ukuran sample minimal sebesar 110 maka peneliti sebaiknya mengambil sample sebesar 120. Sehingga sampel yang diambil dapat memenuhi keterwakilan populasi dan memenuhi syarat alat analisis yang digunakan.

Teknik Pengambilan Sampel



HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA PENENTUAN TEKNIS SAMPLING

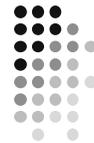


1. Peneliti sudah menentukan besarnya ukuran sampel, tetapi peneliti tidak menjelaskan teknik pengambilan sampelnya.

Contoh:

Penelitian ini menggunakan ukuran sampel sebanyak 120 responden.

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA PENENTUAN TEKNIS SAMPLING



2. Peneliti salah dalam mendefinikan istilah acak (random) dalam pengambilan sampel.

Contoh:

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode acak (random), yaitu siapa saja nasabah yang ketemu dan bersedia menjadi responden secara acak dipilih menjadi responden.

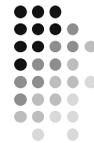
Syarat metode random adalah harus ada daftar anggota seluruh popuasi (*sample frame*) dan pengambilan dilakukan secara acak dengan menggunakan undian atau bantuan tabel bilangan random, jika siapa saja nasabah yang ketemu dan bersedia menjadi responden secara acak dipilih tanpa ada *sample frame* dan tanpa pengundian maka metode tersebut bukan metode random tetapi metode *convenience sampling*.

SUMBER DATA



- **Data Primer**
Data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama.
- **Data Sekunder**
Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak langsung dari subyek penelitian. Data sekunder sudah dikumpulkan dan disajikan oleh pihak lain baik dengan tujuan komersial maupun non komersial

HAL YANG PERLU DIHINDARI PADA SUMBER DATA



1. Peneliti hanya menuliskan definisi dari beberapa sumber data yang digunakan dalam penelitian tersebut, sehingga alasan menggunakan sumber data tersebut dan data yang diambil sumber tersebut tidak jelas.

Contoh:

6. Sumber Data
 - a. Data Primer
Data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama.
 - b. Data Sekunder
Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak langsung dari subyek penelitian. Data sekunder sudah dikumpulkan dan disajikan oleh pihak lain baik dengan tujuan komersial maupun non komersial. Data sekunder biasanya berupa data statistik hasil penelitian dari buku laporan survai, majalah/surat kabar, dokumentasi maupun arsip-arsip resmi.

Definisi Operasional dan Konseptual



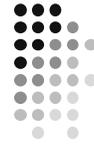
Definisi Konseptual	Definisi Operasional
Bermakna abstrak dan dapat dimaknai secara subyektif.	Bermakna spesifik dan terukur.
Berlaku umum terhadap hal-hal yang terkait	Berlaku spesifik pada obyek penelitian yang sedang dilakukan.

Definisi Operasional dan Konseptual



Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator
Loyalitas Pelanggan	Loyalitas pelanggan merupakan sikap dan perilaku pelanggan yang menunjukkan adanya pembelian berulang akan suatu barang atau jasa selain itu juga menunjukkan komitmen yang tinggi pada merek atau perusahaan tersebut (Baloglu, 2002).	Kesediaan konsumen untuk melakukan pembelian ulang, membeli item barang lain, merekomendasikan orang lain, tidak akan berpindah ke toko lain dan keadaan dimana sebagian besar pengeluaran berbenja dilakukan di toko tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesediaan untuk melakukan pembelian ulang di toko XYZ. 2. Kesediaan untuk membeli barang lain yang dijual di toko XYZ. 3. Kesediaan untuk merekomendasikan ke orang lain untuk berbelanja di toko XYZ. 4. Tidak akan beralih ke toko lain meskipun ada berita negatif tentang toko XYZ. 5. Keadaan dimana sebagian besar pengeluaran berbelanja dilakukan di toko XYZ.
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2009).	Pernyataan konsumen bahwa berbelanja ditoko tersebut merupakan pilihan yang tepat, sesuai dengan harapan, puas akan pelayanan yang diberikan dan tidak menyesal melakukan pembelian di toko tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berbelanja di toko XYZ merupakan pilihan yang tepat. 2. Pelayanan toko XYZ sesuai dengan harapan saya. 3. Saya puas dengan pelayanan toko XYZ. 4. Saya tidak pernah merasa menyesal berbelanja di toko XYZ.

Gambaran Umum Responden (keliru!!!)



Peneliti tidak melakukan analisis terhadap data yang diperoleh tetapi hanya membaca ulang data yang telah disajikan dalam bentuk tabel atau grafik.

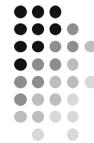
Contoh:

Tabel 4.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan Konsumen Produk *Fashion Onlineshop* di Purwokerto 2016

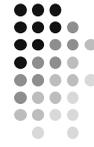
Pendapatan per bulan	Jumlah	Persentase (%)
< Rp 4 jt	7	3,78
Rp 4 jt s.d < Rp 7 jt	24	12,97
Rp 7 jt s.d < Rp 10 jt	46	24,87
≥ Rp. 10 jt	108	58,38
Total	185	100,00

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa sebagian besar responden berpendapatan \geq Rp. 10 jt yaitu sebesar 58,38 persen, diikuti dengan responden yang berpendapatan Rp 7 jt s.d < Rp 10 jt, yaitu sebesar 24,87 persen, dan responden yang berpendapatan antara Rp. 4 jt s.d < Rp 7 jt, sedangkan yang paling sedikit adalah responden yang berpendapatan < Rp 4 jt yaitu hanya sebesar 3,78 persen.

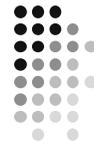
Analisis Data



- Analisis Korelasi (Hubungan)
- Analisis Regresi (prediksi)
- Analisis Jalur (factor determinant)
- Anaisis Struktural (prediksi/factor determinan jika model structural)



- Telaah Pustaka dan Pengembangan Model Penelitian
- Telaah Pustaka dan Perumusan Model Penelitian
- Telaah Pustaka dan Pengembangan Hipotesis
- Telaah Pustaka dan Perumusan Hipotesis



TERIMA KASIH