

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Objek Penelitian**

Penelitian ini bermaksud untuk membuktikan bahwa variabel kualitas produk, diferensiasi produk, dan saluran distribusi berpengaruh positif terhadap pendapatan perusahaan roti di Kabupaten Ciamis. Variabel-variabel pada penelitian ini meliputi pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ), diferensiasi produk ( $X_2$ ), dan saluran distribusi ( $X_3$ ) terhadap pendapatan ( $Y$ ) perusahaan roti di Kabupaten Ciamis.

Tempat penelitian dilakukan pada semua perusahaan roti di Kabupaten Ciamis untuk mengetahui secara keseluruhan faktor kualitas produk, diferensiasi produk, dan saluran distribusi yang menyebabkan penurunan pendapatan 30 perusahaan roti di Kabupaten Ciamis.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2010:2). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*, yang merupakan survei kuesioner terstruktur yang diberikan kepada responden untuk mendapatkan informasi spesifik dan dikumpulkan secara langsung di tempat kejadian untuk mengetahui pendapat responden atas pernyataan yang sedang diteliti Sugiono (2008:196). Kemudian, penulis berusaha menemukan hubungan antar faktor-faktor tersebut satu dengan yang lain (Umar, 2008:23). Alasan penulis

menggunakan metode ini, karena bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ), diferensiasi produk ( $X_2$ ), dan saluran distribusi ( $X_3$ ) terhadap pendapatan ( $Y$ ) perusahaan roti di Kabupaten Ciamis.

Metode penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Nasir (1999:63) metode deskriptif yaitu dengan membuat deskripsi, gambaran atau uraian secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta atau sifat-sifat serta menginterpretasikan hubungan antara fenomena yang diselidiki. Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui deskripsi jawaban kuesioner atas pernyataan yang diajukan.

Sedangkan penelitian verifikatif ditujukan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis. Penelitian verifikatif dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian verifikatif digunakan untuk memprediksi dan menjelaskan hubungan atau pengaruh dari suatu variabel ke variabel lainnya.

Dalam penelitian ini, penelitian verifikatif ditujukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, diferensiasi produk, dan saluran distribusi terhadap pendapatan.

### **3.3 Operasionalisasi Variabel**

Penelitian pada dasarnya melakukan pengukuran. Dalam melakukan pengukuran, dibutuhkan alat ukur. Alat ukur dalam penelitian disebut instrumen penelitian. Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial (variabel penelitian) yang diamati (Sugiyono, 2010:102).

Cara menyusun instrumen penelitian (Sugiyono, 2010:103), yaitu:

1. Menetapkan variabel penelitian yang meliputi variabel bebas (kualitas produk, diferensiasi produk, dan saluran distribusi) dan variabel terikat (pendapatan).
2. Dari variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya yang akan disajikan dalam tabel operasionalisasi variabel.
3. Selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur.
4. Dari indikator ini kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian. Selain itu, proses ini juga dimaksudkan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistik dapat dilakukan dengan benar.

Gambaran spesifik mengenai variabel penelitian dikemukakan dengan tabel operasionalisasi variabel (Tabel 3.2) berikut ini:

1. Kualitas adalah keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan (Kotler, 1997:49).
2. Diferensiasi adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran suatu perusahaan dengan penawaran pesaing (Kotler, 2002:328).

3. Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi (Djaslim, 2006:168).
4. Pendapatan adalah peningkatan ekuitas pemilik yang diakibatkan oleh proses penjualan produk kepada pembeli (Warren, Reeve, dan Fess, 2005:63).

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Konsep	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala
<b>Pendapatan (Y)</b>	Sigit Purnomo (dalam Vaglianna Hadidjah 2008:68), pendapatan adalah semua barang dan jasa, dan uang yang diperoleh atau diterima dalam suatu periode tertentu. Kemudian, Winardi (dalam Vaglianna Hadidjah 2008:68)	Jumlah Pendapatan/bulan (penerimaan/bulan).	Besarnya Pendapatan/bulan dalam (Rp).	Interval
<b>Kualitas Produk (X1)</b>	Menurut Kotler dan Armstrong ( <a href="http://jurnal-sdm.blogspot.com">http://jurnal-sdm.blogspot.com</a> , 2009) Kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta	Jumlah skor skala likert tentang persepsi konsumen terhadap: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Performance</i> (Penampilan)</li> <li>2. <i>Durability</i> (Daya Tahan),</li> <li>3. <i>Conformance to specifications</i> (Kesesuaian dengan Spesifikasi)</li> <li>4. <i>Features</i> (Fitur)</li> </ol>	Data yang diperoleh dari pelanggan mengenai: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Performance</i>: Roti yang dihasilkan sesuai dengan rancangan produk seperti ukuran, bentuk, tekstur dan tampilan</li> <li>2. <i>Durability</i>: Roti yang dihasilkan memiliki daya</li> </ol>	Ordinal

	atribut lainnya.	<p>5. <i>Reliability</i> (Keandalan)</p> <p>6. <i>Aesthetics</i> (Estetika)</p> <p>7. <i>Perceived quality</i> (Kesan Kualitas)</p>	<p>tahan lebih dari 3 hari untuk dikonsumsi</p> <p>3. <i>Conformance to specifications</i> (Kesesuaian dengan Spesifikasi): Bahan yang digunakan sesuai dengan standar resep</p> <p>4. <i>Feature</i> (Fitur): Roti yang dihasilkan dapat menarik konsumen</p> <p>5. <i>Realibility</i> (Keandalan): Roti yang dihasilkan telah diperiksa oleh Badan POM sehingga aman untuk dikonsumsi</p> <p>6. <i>Aesthetic</i> (Estetika): Roti yang dihasilkan memiliki bau yang dapat menarik konsumen. Kualitas roti yang dihasilkan sesuai dengan reputasi perusahaan yang baik</p> <p>7. <i>Perceived Quality</i> (Kesan Kualitas): Roti yang dihasilkan memiliki rasa yang dapat</p>	
--	------------------	---	--	--

			menarik konsumen. Kualitas roti yang ditawarkan sesuai dengan harga yang diinginkan oleh konsumen	
<b>Differensiasi Produk (X2)</b>	Menurut Kotler (2005:72) Differensiasi adalah variasi produk dalam suatu merek atau unit produk dapat dibedakan berdasarkan rasa, bentuk, dan penampilan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rasa</li> <li>2. Bentuk</li> <li>3. Ukuran</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jenis Rasa: Cokelat, strawberry, kacang, kacang hijau, kelapa, moca, durian, nanas, keju, blueberry, pandan dll.</li> <li>2. Jenis Bentuk: Persegi, bulat, panjang, konde dll.</li> <li>3. Ukuran: Besar, sedang, kecil.</li> </ol>	Interval
<b>Jaringan Distribusi (X3)</b>	Menurut Drs.Djaslim Saladin (2006:153) sebagai berikut: "Saluran Pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi".	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyaluran Langsung, dari produsen ke konsumen.</li> <li>2. Penyaluran semi langsung, dari produsen melalui grosir dan ritel ke konsumen</li> <li>3. Penyaluran tak langsung</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produsen mendapatkan produk langsung dari produsen.</li> <li>2. Produsen mendapatkan produk dari pedagang besar (grosir).</li> <li>3. Produsen mendapatkan produk dari pedagang eceran ritel/ warung ke konsumen.</li> <li>4. Produsen mendapatkan produk dari agen ke konsumen.</li> <li>5. Produsen mendapatkan produk dari distributor ke konsumen.</li> </ol>	Ordinal

## Populasi dan Sampel

### Populasi

Riduwan dan Kuncoro (2008:38) menjelaskan bahwa: “Populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian atau populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian”.

Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Roti di Kabupaten Ciamis dengan jumlah 30 perusahaan roti diprioritaskan kepada pimpinan perusahaan. Hal ini karena perusahaan roti di Kabupaten Ciamis merupakan UKM. Jumlah kuesioner yang akan dibagikan sebanyak 30 kuesioner. Populasi penelitian dapat dilihat pada tabel 3.2.

### Sampel Jenuh Penelitian

Sugiono (2009:68) menjelaskan Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

**Tabel 3.2**  
**Populasi dan Sampel Penelitian**

No.	Perusahaan Roti	No.	Perusahaan Roti	No.	Perusahaan Roti
1.	Fadhilah	11.	Cinta Rasa	21.	Sari Rasa
2.	HR Putra	12.	NSR	22.	Fortuna
3.	Sari Murni	13.	Java Family	23.	Nirwana
4.	Maya Sari	14.	Saena Sari	24.	Rasa Baru
5.	Prima Sari	15.	Warna Sari	25.	Aroma
6.	Putri Tunggal	16.	Duta Sari	26.	Citra

7.	Angling	17.	Maulana Bakery	27.	Sinar Rasa
8.	Tiga Putri	18.	Nawang Arum	28.	Agung
9.	BIJ	19.	Sumber Sari	29.	Maja Sari
10.	Mulya Sari	20.	Mawar	30.	Tedi Jaya

Sumber: Dinas Kesehatan Dati II, UKM Kabupaten Ciamis

Setiap responden diberikan kuesioner pertanyaan tentang variabel kualitas produk ( $X_1$ ), diferensiasi produk ( $X_2$ ), saluran distribusi ( $X_3$ ), dan keandalan laporan keuangan ( $Y$ ). Konsep dalam hipotesis akan diukur oleh sederet pernyataan dalam kuesioner yang disebut *Likert's type items*, dengan menggunakan 5 respon jawaban. Berikut bobot nilai variabel:

**Tabel 3.3**  
**Bobot Nilai Variabel**

Penilaian	Skor
Sangat Setuju/Selalu/Sangat Positif	5
Setuju/Sering/Positif	4
Ragu-Ragu/Kadang-Kadang/Netral	3
Tidak Setuju/Hampir Tidak Pernah/Negatif	2
Sangat Tidak Setuju/Tidak Pernah/Sangat Negatif	1

Sumber: Sugiono, 2010:93-94

### 3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus yaitu suatu pendekatan yang berusaha mencermati suatu unit tertentu dan mencoba menemukan semua variabel penting yang diperlukan. Penelitian ini terlebih dahulu dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang diperlukan. Kemudian data-data yang diperoleh dalam penelitian akan diolah, dianalisis, dan selanjutnya diproses berdasarkan teori yang telah dipelajari.

Teknik dan alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



### 1. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari perusahaan meliputi buku-buku, catatan-catatan, dan kebijakan yang terkait dengan penelitian ini. Jenis data dokumenter tersebut sebagai sumber data sekunder yang dijadikan dasar-dasar teori penelitian.

### 2. Studi Lapangan

#### a. Angket (Kuesioner)

Penelitian ini menggunakan teknik kuesioner berstruktur yaitu berupa daftar pertanyaan yang tertutup, dimana jawaban sudah disediakan dalam bentuk pilihan. Kuesioner tersebut disusun berdasarkan skala ordinal yang berpedoman pada *Likert Scale*. Teknik ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data primer.

#### b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik komunikasi seperti yang dilakukan oleh Kartini (1986:139) yang menyatakan bahwa wawancara sering digunakan dalam teknik komunikasi untuk pengumpulan data dimana dapat dilakukan secara lisan maupun tertulis.

Teknik pengumpulan data dengan metode *interview* atau wawancara ini adalah untuk mendapatkan data primer berupa informasi dari sejumlah responden yang diperlukan, seperti pimpinan perusahaan Roti di Kabupaten Ciamis.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Proses data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri atas data primer untuk variabel independen (kualitas produk, diferensiasi produk, dan saluran

distribusi), dan data sekunder untuk variabel dependen (pendapatan). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara langsung dengan responden.

Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana dan regresi berganda. Somantri dan Muhidin (2006:243) menyatakan bahwa analisis regresi adalah cara untuk mengetahui bentuk hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis regresi terdiri dari variabel independen (kualitas produk, diferensiasi produk, saluran distribusi) dan variabel dependen (pendapatan). Dalam menregresikan variabel independen dan variabel dependen digunakan nilai rata-rata (*average*) dari variabel kualitas produk, diferensiasi produk, saluran distribusi, dan pendapatan. Variabel Nilai korelasi antar variabel diperoleh dengan menggunakan *software SPSS 17.0*.

Setelah data yang didapatkan telah memadai dari segi validitas dan reliabilitasnya, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis dan menguji data berdasarkan struktur model antar variabel penelitian.

### **3.6.1 Metode Transformasi Data**

Sehubungan dengan variabel independen diperoleh dengan kuesioner maka data tersebut berbentuk data ordinal. Sedangkan uji statistik yang akan digunakan mengharuskan data minimal berskala interval sehingga data tersebut harus dinaikkan skalanya menjadi interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval (MSI)*.

### 3.6.2 Metode Pengujian Data

Pada proses pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner untuk diisi oleh pihak-pihak yang terkait sehingga dibutuhkan kesungguhan menjawab pertanyaan dalam kuesioner tersebut karena hal itu sangat penting bagi kelanjutan dan hasil penelitian ini. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini perlu diuji kesahihan atau validitas dan keandalan atau reliabilitasnya karena data tersebut berasal dan jawaban responden yang mungkin dapat menimbulkan bias. Pada tahap ini sangat penting dilakukan karena kualitas data nantinya akan mempengaruhi kualitas kesimpulan. Pengujian yang diperlukan untuk mengatasi hal tersebut, yaitu uji kesahihan (*test of validity*) dan uji keandalan (*test of reliability*). Apabila data diuji telah memenuhi kriteria maka dilakukan analisis selanjutnya.

#### 3.6.2.1 Uji Validitas

Menurut Riduwan dan Kuncoro (2008:216) menjelaskan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Jadi dapat dikatakan semakin tinggi validitas suatu alat tes, maka alat tes tersebut semakin tepat mengenai sasarannya.

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Perhitungan nilai korelasi dilakukan dengan *Product Moment Pearson*. Analisis ini dilakukan dengan bantuan *software SPSS 17.0*.

Secara umum persamaan nilai korelasi pearson menurut Riduwan dan Kuncoro (2008:217) sebagai berikut:

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

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari  
 X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item  
 Y = Skor total  
 $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X  
 $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y  
 $\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X  
 $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y  
 n = Banyaknya responden.

(sumber : Sugiyono, 2008: 231)

Kemudian dilakukan uji keberartian r dilakukan dengan uji t (taraf signifikansi 5 %) dilakukan dengan rumus, yaitu:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Sudjana, 1996:380)

Keterangan:

- t = uji signifikansi korelasi  
 r = Koefisien korelasi  
 n = Jumlah responden penelitian

Selanjutnya dengan menggunakan tabel t dapat dilihat tingkat signifikansi

$\alpha = 0,05$ , jika:

- $t_{hitung} > t_{tabel}$ , berarti data yang bersangkutan valid.
- $t_{hitung} < t_{tabel}$ , berarti data yang bersangkutan tidak valid.

### 3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur dapat dipercaya atau diandalkan (Sugiyono, 2003:271). Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (reliabel). Pengujian reliabilitas menggunakan rumus uji reliabilitas ( $r_{11}$ ). Langkah-langkah untuk menguji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Menghitung harga varians tiap item dari setiap item.

$$\sigma b^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

(Suharsimi, 2002:171)

Dimana:

- $\sigma b^2$  = Harga varian tiap item
- $\sum X^2$  = Jumlah kuadrat jawaban responden tiap item
- $(\sum X)^2$  = Kuadrat skor seluruh responden dari tiap item.
- N = Jumlah Responden

2. Mencari Varians total

$$\sigma t^2 = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N}$$

(Suharsimi, 2002:171)

Dimana:

- $\sigma t^2$  = Harga varian tiap item
- $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat jawaban responden tiap item
- $(\sum Y)^2$  = Kuadrat skor seluruh responden dari tiap item.
- N = Jumlah Responden

3. Menghitung Reliabilitas Instrument

*Test of reliability* digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data tersebut menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan atau

konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada waktu yang berbeda. Menurut Jamaludin (singarimbun, 1995:143) "reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali". Untuk menguji reliabilitas instrument penelitian ini, penulis menggunakan Uji Reliabilitas dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right] \quad (\text{Suharsimi, 2002:171})$$

Dimana:

$r_{11}$  = Reliabilitas Instrumen  
 $k$  = Banyaknya butir pertanyaan  
 $\sigma b^2$  = Jumlah varians butir/item  
 $\sigma^2$  = Varians Total

Kriteria pengujian reliabilitas adalah jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan tingkat kepercayaan 95%, maka angket variabel tersebut dikatakan reliabel.

4. Mengkonsultasikan harga  $r_{11}$  pada penafsiran indeks korelasi, yaitu:

#### Penafsiran Indeks Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
<0,200	Sangat rendah
0.200-0.399	Rendah
0.400-0.599	Sedang
0.600-0.799	Tinggi
0.800-1.000	Sangat Tinggi

Sumber: Suharsimi, 2002:172

### 3.6.2.3 Rancangan Analisis Kolerasi

Setelah dilakukan transformasi data dari ordinal menjadi interval, selanjutnya dilakukan pengujian kolerasi untuk mengetahui hubungan antar variabel yang diteliti.

Penentuan korelasi (r) dalam penelitian ini menggunakan korelasi *Pearson*

(*Pearson's Product Moment Coefficient Of Correlation*), yaitu:

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

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari  
 X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item  
 Y = Skor total  
 $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X  
 $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y  
 $\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X  
 $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y  
 n = Banyaknya responden.

(Sumber: Sugiyono, 2008: 231)

Ukuran yang digunakan untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan X dan Y disebut koefisien korelasi (r) nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1 ( $-1 \leq r \leq 1$ ), artinya jika:

- $r = 1$ , hubungan x dan Y sempurna dan positif (mendekat 1, hubungan sangat kuat dan positif).
- $r = -1$ , hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekat -1, hubungan sangat kuat dan negatif).
- $r = 0$ , hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan.

#### Klasifikasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.000 – 0.199	Sangat rendah
0.200-0.399	Rendah
0.400-0.599	Sedang
0.600-0.799	Kuat
0.800-1.000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2008: 231

### 3.6.2.4 Rancangan Pengujian Regresi

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Berikut persamaan yang dibentuk regresi berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

- $X_1$  = Kualitas produk
- $X_2$  = Diferensiasi produk
- $X_3$  = Saluran distribusi
- $Y$  = Pendapatan
- $Pyx_1$  = Koefisien regresi dari  $X_1$  ke  $Y$
- $Pyx_2$  = Koefisien regresi dari  $X_2$  ke  $Y$
- $Pyx_3$  = Koefisien regresi dari  $X_3$  ke  $Y$
- $a$  = Intersep antar variabel

### 3.6.2.5 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji hipotesis yang berkaitan dengan ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, dan Saluran Distribusi terhadap Pendapatan)

Pengujian secara keseluruhan dilakukan dengan uji F untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  terhadap  $Y$  secara bersama-sama atau secara keseluruhan. Dengan rumus (Sugiono, 2010:192):

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien Determinasi

$n$  = Ukuran Sampel

$k$  = Banyaknya Variabel Independen



Hipotesis antar variabel kualitas produk, diferensiasi produk, saluran distribusi dan pendapatan adalah:

$H_0$  : Kualitas produk, diferensiasi produk, dan saluran distribusi tidak berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap pendapatan.

$H_a$  : Kualitas produk, diferensiasi produk, dan saluran distribusi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap pendapatan.

**Hipotesis statistik:**

$$H_0: P_{YX_1X_2X_3} = 0$$

$$H_a: P_{YX_1X_2X_3} \neq 0$$

Hasil perhitungan ( $F_{hitung}$ ) kemudian dibandingkan dengan nilai  $F_{tabel}$ . Dengan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha=0,05$ ), maka:

**Kriteria uji:**

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ ,  $H_0$  ditolak,

Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ ,  $H_0$  diterima.

**1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, dan Saluran Distribusi terhadap Pendapatan)**

Pengujian secara parsial menggunakan uji t dengan rumus:

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

(Riduwan, 2004:280)

Keterangan:

$t_{hitung}$  = Nilai t  
 $r$  = Nilai koefisien korelasi  
 $n$  = Jumlah Sampel

Hipotesis pengujian secara parsial adalah:

a. Hipotesis antar variabel kualitas produk dan pendapatan adalah:

$H_0$  : Kualitas produk tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan.

$H_a$  : Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan.

**Hipotesis statistik:**

$$H_0: P_{YX1} = 0$$

$$H_a: P_{YX1} \neq 0$$

b. Hipotesis antar variabel diferensiasi produk dan pendapatan adalah:

$H_0$  : Diferensiasi produk tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan.

$H_a$  : Diferensiasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan.

**Hipotesis statistik:**

$$H_0: P_{YX2} = 0$$

$$H_a: P_{YX2} \neq 0$$

c. Hipotesis antar variabel saluran distribusi dan pendapatan adalah:

$H_0$  : Saluran distribusi tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan.

$H_a$  : Saluran distribusi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan.

**Hipotesis statistik:**

$$H_0: P_{YX3} = 0$$

$$H_a: P_{YX3} \neq 0$$

Hasil perhitungan ( $t_{hitung}$ ) kemudian dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$ .

Dengan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha=0,05$ ), maka:

Kriteria uji:

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ ,  $H_0$  ditolak,

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ ,  $H_0$  diterima.

Dalam aplikasinya, semua uji dan perhitungan akan dilakukan dengan bantuan *software SPSS 17.0* untuk membantu akurasi data.

