

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu 2 variabel independen dan variabel dependen. *Variabel independen* (variabel bebas) adalah Kualitas Produk dan Harga

Objek penelitian yang merupakan *variabel dependen* (variabel tak bebas) adalah Permintaan Konsumen pada *Restoran Pandanwangi Hotel Santika Bandung*.

Alasan peneliti memilih Hotel Santika Bandung adalah karena berdasarkan survey pra penelitian, diperoleh data bahwa Hotel Santika Bandung tersebut bermasalah dalam Permintaan Konsumen Hal ini dapat dilihat dari data jumlah pengunjung yang tidak stabilnya dari bulan ke bulan. Pada penelitian ini, yang dijadikan sebagai responden adalah para konsumen *Pandanwangi Restaurant* pada Hotel Santika Bandung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti perlu menetapkan metode penelitian yang akan dipakai agar mempermudah langkah-langkah penelitian sehingga masalah dapat diselesaikan. Mohammad Nazir (2003:44) mengemukakan bahwa dengan memilih suatu metode penelitian, maka si peneliti

akan mendapatkan panduan tentang urutan-urutan bagaimana penelitian dilakukan.

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian dari penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Mohammad Nazir (2003:54) mengemukakan bahwa, "Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang". Tujuan dari penelitian *deskriptif* ini adalah untuk membuat *deskripsi*, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi masing-masing mengenai tanggapan responden terhadap tingkat Kualitas Produk, Harga dan Permintaan Konsumen pada *Restoran Pandanwangi* Hotel Santika Bandung. Sedangkan jenis penelitian *verifikatif* pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan guna memprediksi dan menjelaskan hubungan atau pengaruh dari suatu variabel ke variabel lainnya. Dalam hal ini penelitian *verifikatif* dilakukan penulis dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Permintaan Konsumen

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*. Menurut pendapat Malhotra (Winda Nurseha, 2003:57) metode survey adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk

mendapatkan informasi spesifik. Dalam penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut (Nazir, 1999:33).

Terdapat tiga variabel yang menjadi kajian dari penelitian ini antara lain :

- a. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga sebagai variabel bebas (*independent variable*)
- b. Permintaan Konsumen sebagai variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel Bebas (*Independent Variable*) adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain yang tidak bebas (*Dependent Variable*/terikat) sedangkan Variabel Terikat (*Dependent Variable*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain (*Independent Variable*/bebas). Suharsimi Arikunto (Arif Abdurahman, 2006:73) mengemukakan bahwa "Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian". Variabel ini sendiri dibuat agar tidak terjadi kesalahan dalam menafsirkan variabel yang ingin diteliti dan juga dapat dijadikan kerangka acuan bagi peneliti untuk mendeskripsikan permasalahan yang hendak diungkap.

Operasionalisasi variabel tersebut dapat dijabarkan dalam table sebagai berikut

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

VARIABEL	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep analitik	Skala pengukuran
Kualitas Produk (X_1)	kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja sesuai dengan fungsinya	<ol style="list-style-type: none"> 1. performance 2. feature 3. conformance to specification 4. reability 5. durability 6. aesthetic 7. perceived quality 8. Serviceability 	Data dipe-roleh dari pihak konsumen mengenai kualitas produk Restoran Pandanwangi pada Hotel Santika Bandung.	Interval
Harga Produk (X_2)	Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa & dinyatakan dalam satuan rupiah.	Harga setiap menu yang ditawarkan Restoran Pandanwangi pada Hotel Santika Bandung dalam satuan rupiah.	Data diperoleh dari pihak konsumen mengenai persepsi terhadap Harga Produk	Interval
Permintaan (Y)	kebutuhan masyarakat / individu terhadap suatu jenis barang	Permintaan Konsumen terhadap Menu yang di tawarkan Restoran Pandanwangi pada Hotel Santika Bandung dalam kurun waktu tertentu	Data di peroleh dari pihak Konsumen mengenai persepsi permintaan produk di Restoran Pandanwangi pada Hotel Santika Bandung	Interval

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keuntungan tentang data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Sugiyono (2007:129) mengemukakan bahwa: “Data

primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empiric kepada pelaku langsung atau terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain”.

Sedangkan Uma Sekaran (Arif Abdurahman, 2006:75) mengemukakan bahwa “Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh seseorang dan bukan peneliti yang melakukan studi mutakhir”.

Data primer dan data sekunder di atas diperoleh dari sumber data. Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Sumber data primer adalah pelaku yang terlibat langsung dengan karakter yang diteliti sedangkan sumber data sekunder adalah karakter hasil liputan lain. Lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan mengajukannya dalam tabel 3. Berikut:

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
a. Jumlah Data Permintaan konsumen <i>Restoran Pandanwangi</i>	Data Primer	Hotel Santika Bandung
b. Data atas Kualitas Produk pada <i>Restoran Pandanwangi</i>	Data Pimer	Responden <i>Restoran Pandanwangi</i>
c. Data atas Harga pada <i>Restoran Pandanwangi</i>	Data Primer	Responden <i>Restoran Pandanwangi</i>
d. Data atas Permintaan Konsumen pada <i>Restoran Pandanwangi</i>	Data Primer	Responden <i>Restoran Pandanwangi</i>

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling Penelitian

3.2.4.1 Populasi Penelitian

Suharshimi Arikunto (Arif Abdurahman 2006 : 78) menyatakan bahwa “ Populasi adalah sebuah subjek penelitian”. dan lebih lanjut Sudjana (1996 : 6) menjelaskan pengertian populasi sebagai “ totalitas semua nilai yang mungkin, hasil menghitung atau pengukuran kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Berdasarkan pengertian populasi di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menikmati menu di restoran Pandanwangi pada Hotel Santika Bandung. . Berikut adalah tabel populasi *Restoran Pandanwangi* Hotel Santika Bandung :

Tabel 3.3

Jumlah Konsumen *Restoran Pandanwangi* Hotel Santika Bandung

Jumlah rata-rata 6 bulan terakhir 2009

Minggu	Jumlah Konsumen
1	86
2	118
3	143
4	145
Jumlah	492 Orang
Rata-rata	123 Orang

Sumber : *Restoran Pandanwangi* Hotel Santika Bandung

3.2.4.2 Sample

Menurut suharshimi arikanto (Arif Abdurahman, 2006 : 82) , yang dimaksud dengan sample adalah “ sebagian atau wakil populasi yang diteliti ”. Husain Umar (Winda Nurseha, 2003:81), mengemukakan bahwa ukuran sampel dari suatu populasi dapat menggunakan bermacam-macam cara, salah satunya adalah dengan menggunakan teknik Slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = presentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir. (e = 0,05)

Berdasarkan rumus solvin, maka ukuran sample pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{123}{1 + (123 \times (0,05)^2)}$$

$$n = 94,61$$

$$= 100$$

Berdasarkan teknik tersebut maka jumlah sample yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 Orang.

3.2.4.3 Teknik Sampling Penelitian

Menurut Sugiyono (2008 :62) menyatakan bahwa : “Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel”. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai macam teknik sampling. Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Teknik Simple Random*. Hal ini dimana peneliti “mencampur” subjek penelitian di dalam populasi, sehingga semua subjek dianggap sama atau mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini sampel diambil secara acak terhadap populasi konsumen yang datang, atau biasa disebut dengan Accidental Sampling. Dimana pengambilan acak dilakukan tidak berdasarkan pada kriteria tertentu melainkan pengambilan acak didasarkan pada konsumen yang datang di *Restoran Pandanwangi Pada Hotel Santika Bandung*.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh melalui data primer. Pengumpulan data primer dilakukan dengan teknik observasi, Dalam upaya mengumpulkan data, khususnya data utama yang diperlukan dalam penelitian ini, digunakan daftar pertanyaan yang sifatnya tertutup dan terbuka. Ini dimaksudkan agar data yang terkumpul dapat digali sehingga dengan mudah dilakukan analisa.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Studi literature, yaitu mempelajari teori- teori yang ada atau literature- literature yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti baik dari buku, artikel, jurnal, internet dan media cetak lainnya yang berhubungan dengan konsep dan permasalahan yang diteliti.
- b. Angket, yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang disusun dan disebarluaskan untuk mendapatkan keterangan dari sumber data.
- c. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara bertanya langsung pada narasumber dengan mempersiapkan daftar pertanyaan terlebih dahulu.

3.2.6 Rancangan Pengujian Validitas dan Realibilitas

3.2.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui *valid* atau tidaknya kuesioner yang disebar. Dalam uji validitas digunakan metode koefisien *Korelasi Product Moment* Pearson dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Suharsimi Arikunto (Arif Abdurahman, 2006:86)

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

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

- a. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika rhitung > rtabel .
- b. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika rhitung < rtabel

Tabel 3.4

Hasil Pengujian Validitas Instrumen

NO	VARIABEL	NILAI r HITUNG	NILAI r TABEL	KETERANGAN
1	KUALITAS PRODUK	0,584	0,205	VALID
2		0,903	0,205	VALID
3		0,643	0,205	VALID
4		0,706	0,205	VALID
5		0,902	0,205	VALID
6		0,571	0,205	VALID
7		0,895	0,205	VALID
8		0,611	0,205	VALID
9	HARGA	0,722	0,205	VALID
10		0,784	0,205	VALID
11		0,769	0,205	VALID
12		0,808	0,205	VALID

13	PERMINTAAN KONSUMEN	0,801	0,205	VALID
14		0,583	0,205	VALID
15		0,849	0,205	VALID
16		0,864	0,205	VALID
17		0,807	0,205	VALID
18		0,206	0,205	VALID

3.2.6.2 Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu Suharsimi Arikunto(Arif Abdurahman, 2006: 87).

Asep Hermawan (Winda Nurseha 2003:92) mendefenisikan: “Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi akurasi dan prediktabilitas suatu alat ukur.” Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas berkaitan dengan akurasi dan ketepatan suatu alat ukur untuk mengukur karena instrumennya sudah baik.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Rumus yang dipergunakan untuk mengukur reliabilitas adalah teknik *split half* dari Spearman Brown, yaitu:

$$r = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

r = Reliabilitas seluruh instrumen

r_b = Korelasi *Product Moment* antara belahan pertama dan kedua

Pengujian reliabilitas tersebut menurut Suharsimi Arikunto (Dewi Listiyanti, 2007:102) dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan instrumen genap.
2. Skor data dari tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya.

Keputusan uji reliabilitas instrumen berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

- a. $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan reliabel.
- b. $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel

Tabel 3.5

Hasil Pengujian Realibilitas Instrumen

NO	VARIABEL	NILAI HITUNG	NILAI r TABEL	KETERANGAN
1	Kualitas Produk	0,880	0,205	REALIBEL
2	Harga	0,767	0,205	REALIBEL
3	Permintaan Konsumen	0,815	0,205	REALIBEL

3.2.7 Teknik Analisis Data

3.2.7.1 Analisi Regresi Linear Berganda

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear ganda. Menurut Sugiono (2006:210): Analisis regresi linear ganda

digunakan oleh peneliti, bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya). Jadi, analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel dependennya minimal 2.

Nilai yang didapat dari analisis regresi linear ganda ini biasanya dalam bentuk persamaan. Persamaan tersebut kemudian dapat menjelaskan bagaimana naik turunnya nilai X dapat mempengaruhi nilai Y. Pada dasarnya hasil akhir dari analisis ini adalah nilai r yang hanya menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti. Tetapi kemudian dapat dihitung nilai pengaruhnya dengan koefisien determinasi, sehingga bisa menjawab hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) sedangkan variabel dependen adalah Permintaan konsumen (Y), data hasil tabulasi diterapkan pada pendekatan penelitian yaitu dengan analisis regresi linier

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_i$$

(Sujana, 1992:347)

Keterangan :

Y = Permintaan Konsumen

a = Intersep

b = koefisien arah regresi

X 1=Kualitas Produk

X 2= Harga

3.2.8 Rancangan Pengujian Hipotesis

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* yaitu Kualitas produk (variabel X1) dan Harga (variabel X2), sedangkan *variabel dependen* adalah Permintaan Konsumen (variabel Y). Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi linier sederhana untuk seluruh variabel tersebut. Adapun yang menjadi hipotesis utama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Permintaan Konsumen. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji keberartian koefisien arah regresi.

Hipotesis yang diajukan yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh terhadap Permintaan Konsumen (Y).

Untuk menguji keberartian koefisien arah regresi dilakukan dengan menggunakan rumus berikut ini .

$$F = \frac{S_{reg}^2}{S_{sis}^2}$$

Sudjana (Dewi Listiyanti, 2007:106)

Secara statistik pengujian hipotesis keberartian arah regresi adalah:

$H_0 : \beta_1 = 0$, Koefisien arah regresi tidak berarti, artinya tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Produk dan Harga dengan Permintaan Konsumen

$H_0 : \beta_1 > 0$, Koefisien arah regresi berarti, artinya terdapat pengaruh antara Kualitas Produk dan Harga dengan Permintaan Konsumen.

Signifikansi koefisien korelasi antara variabel X_1 , variabel X_2 dan Y diuji dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{Tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ($t_{student}$). Rumus dari *distribusi student* adalah :

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

Riduwan(Dewi Listiyanti, 2007:107)

Keterangan:

t = distribusi student

r = koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $t_{hitung} > t_{Tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika $t_{hitung} < t_{Tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$ serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 : \rho \leq 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan dan positif antara Kualitas Produk dan Harga dengan Permintaan Konsumen

$H_a : \rho > 0$, Artinya terdapat pengaruh signifikan dan positif antara Kualitas Produk dan Harga dengan Permintaan Menu.