

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODA PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan salah satu faktor yang tidak dapat dipisahkan dari suatu penelitian yang dilakukan. Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah kualitas produk terhadap volume penjualan pada pengusaha sate maranggi se-Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat.

#### **3.2 Jenis dan Metoda Penelitian Yang Digunakan**

##### **3.2.1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini digunakan jenis data penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2007:23) adalah data yang berbentuk angka. Menurut Sugiyono (2007:23) jenis data penelitian kuantitatif dibagi dua macam, yaitu data diskrit dan data kontinum. Data diskrit adalah data yang diperoleh dari hasil menghitung atau membilang (bukan mengukur), data ini sering jga disebut data nominal, sedangkan data kontinum adalah data yang diperoleh dari hasil pengukuran. Data kontinum dapat dikelompokan menjadi tiga yaitu : data Ordinal, Interval, dan Rasio.

Dilihat dari variable X (Kualitas Produk) dan variable Y (Volume Penjualan) berbentuk data Interval, maka jenis penelitian yang digunakan yaitu Kuantitatif jenis kontinum.

### 3.2.2 Metode Penelitian

Berdasarkan variable yang diteliti, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dan verifikatif yang dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif dan verifikatif menurut Suharsimi Arikunto (2006:8) menjelaskan bahwa : “penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik suatu variable /lebih (Independent) tanpa perbandingan / menghubungkan dengan variable lain”. Melalui ini data-data dikumpulkan dari sumber, data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan menyebarkan angket kepada sampel pengusaha UKM sate maranggi untuk memperoleh fakta yang relevan dan *up to date*. Pengumpulan data melalui angket dilakukan langsung dilapangan, penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai objek yang sedang diteliti.

Sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap volume penjualan pada pengusaha UKM sate maranggi.

### 3.2.3 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan objek penelitian yang telah dikemukakan di atas bahwa variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah variabel bebas/ independen variable, yaitu pengaruh kualitas produk (X) yang terdiri dari sub variabel yaitu *performance*, *feature*, *realibility*, *Conformance to spesification*, *durability*, estetika, dan *perceived quality* terhadap volume penjualan pengusaha sate maranggi sebagai variabel tak bebas/ dependent variable (Y). Secara lebih rinci uraian operasionalisasi variable dapat terlihat dalam Table 3.1, yaitu:

**Table 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Konsep Analitis	Skala
Kualitas Produk (X)	<p>Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemakaian dan diperbaiki serta atribut bernilai yang lain</p> <p>Vincent Gasverzs (1997:35)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Performance</li> </ul>	<p>Jumlah skor perbedaan skala semantik</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahan dasar sate maranggi dibandingkan dengan pesaing</li> <li>• Bahan dasar sate yang digunakan saat proses pengolahan dibandingkan dengan pesaing</li> <li>• Keempukan sate maranggi</li> </ul>	<p>Interval</p> <p>Interval</p> <p>Interval</p>

			dibandingkan dengan pesaing	
		• Feature	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variasi potongan sate maranggi dibandingkan dengan pesaing</li> <li>• Potongan sate maranggi dibandingkan dengan pesaing</li> <li>• Sate maranggi yang anda hidangkan lebih menarik dengan pesaing</li> </ul>	Interval
				Interval
		• Reliability	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rasa dari sate maranggi dibandingkan dengan pesaing</li> <li>• Sate maranggi yang anda hidangkan lebih bersih dibandingkan dengan pesaing</li> <li>• Keamanan sate maranggi</li> </ul>	Interval
				Interval

			yang di jual di bandingkan dengan pesaing	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conformance to specification</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian standard resep di bandingkan dengan pesaing</li> </ul>	Interval
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daging yang digunakan sesuai resep dibandingkan dengan pesaing</li> </ul>	Interval
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bumbu yang digunakan sesuai resep dibandingkan dengan pesaing</li> </ul>	Interval
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durability</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daya tahan daging sate maranggi dibandingkan dengan pesaing</li> </ul>	Interval
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suhu sate maranggi selalu terjaga saat dihidangkan dibandingkan pesaing</li> </ul>	Interval
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daya tahan bumbu sate maranggi dibandingkan pesaing</li> </ul>	Interval

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estetika</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kombinasi warna sate maranggi dibandingkan dengan pesaing</li> <li>• Keserasian warna produk (sate) yang anda jual lebih serasi dibandingkan dengan produk pesaing</li> <li>• Penataan penyajian sate maranggi dibandingkan pesaing</li> <li>• Sate maranggi memiliki aroma yang menggugah selera dibandingkan pesaing</li> </ul>	<p>Interval</p> <p>Interval</p> <p>Interval</p> <p>Interval</p>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perceived quality</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mutu sate maranggi</li> <li>• Mutu sate maranggi dibandingkan dengan pesaing</li> <li>• Tanggung jawab untuk selalu memberikan sate maranggi</li> </ul>	<p>Interval</p> <p>Interval</p> <p>Interval</p>

			yang berkualitas pada konsumen dibandingkan pesaing	
Volume Penjualan (Y)	<p>Volume Penjualan adalah penerimaan total produsen dari hasil penjualan outputnya yang dikali dengan harga jual produk</p> <p>Boediono (1991:95)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga Produk</li> </ul> <p>Harga merupakan jumlah uang yang diberikan untuk sebuah produk atau jasa, atau jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dan memiliki atau menggunakan produk atau jasa".</p> <p>Kotler (2000)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah produk yang terjual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga jual sate Maranggi per tusuk</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah produk yang terjual per bulan</li> </ul>	<p>Interval</p> <p>Interval</p>

### 3.2.4 Jenis dan Sumber Data

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini, penulis menggunakan data primer dan sekunder untuk, adapun yang dimaksud dengan kedua data tersebut adalah :

1. Data Primer

Data primer pada penelitian ini penulis langsung mengambil data dengan cara penyebaran angket yang diisi oleh para responden yaitu pengusaha sate Maranggi.

2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah data yang tersedia dari bahan *literature*, majalah, dan media internet yang berkaitan dengan Pengusaha sate Maranggi dalam hal Kualitas produk dan volume penjualan.



**Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data**

Data Primer			Data Sekunder		
No	Jenis data	Sumber data	No.	Jenis Data	Sumber Data
1.	Jumlah UKM	BPS	1.	Resep Sate Maranggi	Internet
2.	Jumlah pengusaha sate maranggi di Purwakarta	Kamar Dagang Industri Purwakarta			
3.	Tanggapan produsen mengenai kualitas produk sate maranggi di Purwakarta	Produsen Sate Maranggi (Angket)			
4.	Tanggapan produsen mengenai volume penjualan sate maranggi di Purwakarta	Produsen Sate Maranggi (Angket)			

### 3.2.5 Populasi dan Sampel

#### 3.2.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono dalam bukunya “Statistika Untuk Penelitian” menyatakan bahwa: “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulan”.(2007;61) serta menurut Winarno Surakhmad (1994:4) bahwa “populasi adalah banyaknya

*subjek yang di selidiki baik manusia, gejala benda-benda, atau peristiwa-peristiwa”*

Berdasarkan pengertian tersebut yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah jumlah seluruh pengusaha di Kabupaten Purwakarta sebanyak 18 Pengusaha Sate maranggi.

### **3.2.5.2 Sampel**

Menurut Sugiyono dalam bukunya “Statistika Untuk Penelitian” menyatakan bahwa: “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”.(2007;62)

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan sebagian jumlah yang dimiliki oleh populasi yaitu orang yang mengisi kuesioner. Menurut Sugiono, apabila jumlah sampel sama dengan jumlah populasi dinamakan sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang (Sugiono, 1998:62). Maka sampel dari penelitian ini adalah populasi yang dijadikan sampel yaitu sebanyak 18 pengusaha Sate maranggi.

### **3.2.5.3 Teknik Sampling**

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Probability Sampling. Probability sampling adalah teknik sampling (teknik pengambilan sampel) yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Dari probability sampling, teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling, menurut Sugiyono “simple Random sampling (2007:64) adalah :

“dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu, cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.”

Jadi dalam penelitian ini digunakan simple random sampling karena dalam penelitian ini anggota populasinya homogen yaitu hanya pengusaha sate maranggi.

### **3.2.6 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu:

#### **1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)**

Merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dipergunakan untuk memperoleh data secara teoritis dengan mempelajari buku-buku, catatan kuliah dan secara literature lain sebagai pedoman dan pembanding masalah yang penulis bahas.

#### **2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)**

Merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Dalam hal ini penulis menggunakan cara sebagai berikut:

##### **a. Observasi**

Yaitu suatu cara untuk mendapatkan suatu data-data yang diperlukan oleh penulis dengan melakukan pengamatan dan pencatatan langsung sehingga diperoleh kebenaran data.

b. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab atau meminta penjelasan langsung dari pihak-pihak yang terkait dengan penelitian.

### **3.2.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis**

#### **3.2.7.1 Teknik Analisis Data**

Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan analisis secara kuantitatif. Yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif, maka dari itu penulis menggunakan metoda pengumpulan data dengan *Skala Pengukuran Semantik* dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Teknik Analisis Data Regresi Linier Sederhana*.

*Skala Pengukuran Semantik* yaitu metode penulisan yang disusun dengan menggunakan rangkaian kata sifat yang bertentangan (bipolar), serta memiliki unsur evaluasi, potensi dan unsur aktifitas. Dalam kerangka skala beda semantic, skoring dapat dilakukan dengan menggunakan empiris, yaitu melalui analisis faktor atau konvensi, yaitu skor ditetapkan sendiri oleh peneliti. (Lili Adi Wibowo 2008:10)

Model analisa data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan untuk menguji kebenaran dari dugaan

sementara digunakan *Teknik Analisis Data Regresi linier Sederhana*, sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX \quad (\text{Sugiyono 2007:262})$$

Dimana :  $\hat{Y}$  : subyek dalam variable dependen yang diprediksikan

$a$  : harga  $y$  bila  $x = 0$  (harga konstan)

$b$  : angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variable dependen yang berdasarkan pada variable independen. Bila  $b$  (+) maka naik, dan bila  $b$  (-) maka terjadi penurunan

$X$  : subyek pada variable independen yang mempunyai nilai tertentu

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

- a) Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien  $a$  dan  $b$ , yaitu :

$$\sum x_i, \sum y_i, \sum x_i * y_i, a = \frac{\sum y_i}{n}, b = \frac{\sum x_i * y_i - \frac{(\sum x_i)(\sum y_i)}{n}}{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}$$

- b) Mencari koefisien regresi  $a$  dan  $b$  dengan rumus yang dikemukakan Sudjana (1996:315) sebagai berikut :

$$a = \frac{(\sum y_i)(\sum x_i^2) - (\sum x_i)(\sum x_i y_i)}{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum x_i y_i - \sum x_i \sum y_i}{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2}$$

$$\text{atau } \hat{Y} = a + bX$$

$x$  dikatakan mempengaruhi  $y$ , jika berubahnya nilai  $x$  akan menyebabkan adanya perubahan nilai  $y$ , artinya naik turunnya  $x$  akan membuat nilai  $y$  juba naik turun, dengan demikian nilai  $y$  ini akan bervariasi, tidak semata-mata disebabkan oleh  $x$ , karena masih ada faktor lain yang menyebabkan.

### 3.2.7.2 Uji Hipotesis

Menguji Hipotesis, Hipotesis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Ho : artinya tidak ada pengaruh antara variabel  $x$  terhadap variabel  $y$ .

Ha : artinya ada pengaruh antara variabel  $x$  terhadap variabel  $y$ .

Untuk mencari koefisien korelasi ( $r$ ) dapat diperoleh dengan rumus :

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

(Sugiyono, 2007:274)

$r$  = Koefisien korelasi

$n$  = Jumlah subyek/responden

$X$  = Skor butir

$Y$  = Skor Jumlah

$\Sigma X^2$  = Jumlah kuadrat nilai X

$\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat nilai Y

**Tabel 3.3 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Kolerasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0, 00 – 0, 199	Sangat Rendah
0, 20 – 0, 399	Rendah
0, 40 – 0, 599	Sedang
0, 60 – 0, 799	Kuat
0, 80 – 1, 000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2007: 231)

Untuk mengetahui besarnya kontribusi dari  $x$  terhadap naik turunnya nilai  $y$  dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi (*coefficient of determination*) ( $r^2$ ). Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam penggunaan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tak bebas, dengan asumsi

$$0 \leq r^2 \leq 1$$

Koefisien determinasi =  $r^2 \times 100\%$  (Sugiyono, 2007:275)

Sedangkan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial digunakan uji t dengan rumus sebagai berikut:

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

(Sudjana, 1992 :380)

Dengan kriteria penerimaan atau penolakan, jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima. Analisis dan pengujian hipotesis menggunakan perhitungan regresi sederhana dan uji t.

