

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan tujuan tertentu mengenai suatu hal yang akan dibuktikan secara objektif. Menurut (Ulber Silalahi, 2009, hlm. 191) yaitu “Konsep atau variabel merupakan abstraksi dari gejala, peristiwa atau masalah yang memerlukan penyelidikan. Fenomena atau masalah penelitian yang telah diabstraksi menjadi suatu konsep”.

Penelitian ini mengungkapkan tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap *word of mouth* konsumen di Kue Balok Kang Didin di Kota Bandung. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah variabel ( $X_1$ ) kualitas produk, variabel ( $X_2$ ) harga, dan variabel Y (*word of mouth*). Berdasarkan dimensi dari harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat untuk konsumen. Dan berdasarkan dimensi kualitas produk yaitu produk makanan yang mengundang selera, rasa produk yang sangat lezat, dan produk yang bersih. Pada variabel ini termasuk pada variabel dependen yaitu

Pada dimensi *word of mouth* yaitu kesenangan menceritakan pengalaman, meyakinkan orang lain untuk mencoba dan melakukan, kesenangan merekomendasikan, dan frekuensi *word of mouth*. Berdasarkan uraian tersebut harga dan kualitas produk mempengaruhi terhadap *word of mouth*. Pada penelitian ini yang akan menjadi objek penelitian adalah para konsumen yang datang ke Kue Balok Kang Didin yang berada di Jalan Abdurrahman Saleh No. 68 bertempat di dekat SMA Angkasa Bandung. Dan data ini akan di analisis mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap *word of mouth* konsumen Kang Didin.

## 3.2 Metode Penelitian

### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Yang Digunakan

Penelitian ini dilakukan satu kali dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional*. *Cross sectional* adalah suatu rancangan riset yang terdiri dari elemen populasi hanya satu kali. *Cross sectional* dapat bersifat *cross sectional* tunggal atau *cross sectional* majemuk. Dalam *cross sectional* tunggal hanya satu sampel responden diambil dari populasi sasaran dan informasi hanya didapatkan satu kali dari responden ini. Sedangkan dalam *cross sectional* majemuk ada dua atau lebih sampel responden dan informasi mengenai masing-masing sampel diambil satu kali. Sebagaimana yang di ungkapkan oleh (Asep Hermawan, 2009, hlm. 89) mengemukakan bahwa “suatu penelitian dan datanya dikumpulkan sekaligus, merupakan hasil sekali bidik (*one snapshot*) pada satu saat tertentu disebut penelitian *cross sectional*”.

Berdasarkan variabel diatas maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 3) mengemukakan, “Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Menurut (Asep Hermawan, 2009, hlm. 84) menyatakan bahwa “Penelitian deskriptif dilakukan untuk menjelaskan karakteristik berbagai variabel penelitian dalam situasi tertentu”. Metode penelitian ini merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut (Ulber Silahi, 2009, hlm. 28) mendefinisikan bahwa “Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan secara cermat karakteristik dari suatu gejala atau masalah atau masalah yang diteliti”.

Pada penelitian ini jenis penelitian deskriptif, maka di peroleh gambaran melalui implementasi 1.) harga di kue balok Kang Didin 2.) kualitas produk kue balok Kang Didin 3.) seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk melalui *word of mouth* di kue balok Kang Didin.

Penelitian verifikatif menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk kue balok kang Didin tersebut melalui *word of mouth*. Dan penelitian ini melakukan hipotesis asosiatif dan verifikatif maka penelitian ini menggunakan metode *explanatory survey*. Menurut Kerlinger dalam buku (Sugiyono, 2012, hlm. 12) metode survey adalah penelitian yang digunakan pada populasi besar dan kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga akan ditemukan kejadian relatif, distributif dan hubungab antara variabel sosiologis maupun psikologis.

### **3.3 Definisi Operasioanal Variabel**

Variabel penelitian menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 64) menyatakan bahwa “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulan”. Menurut Hatch dan Farhady dalam (Sugiyono, 2012, hlm. 63), secara teoritis variabel dapat di definisikan sebagai “Atribut seseorang atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek lain.

Menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 64) mengemukakan bahwa “Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dipenden”. Yang dikaji dan dianalisis dalam penelitian meliputi: variabel bebas yang berdasarkan dimensi yaitu harga dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat bagi konsumen. Pada kualitas produk yaitu terdiri dari produk bersih, produk baik, dan tampilan produk menarik perhatian konsumen. Pada dimensi *word of mouth* pengaruh harga dan kualitas produk yang mempengaruhi *word of mouth* dan dimensinya sebagai berikut kesenangan konsumen untuk menceritakan pengalaman, meyakinkan orang lain untuk mencoba

dan melakukan, kesenangan merekomendasikan kepada orang lain, dan frekuensi *word of mouth*.

Menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 64) menyatakan bahwa “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. *Word of mouth* sebagai variabel terikat dengan indikator pilihan produk, harga, kualitas produk, tempat, lokasi, rasa dari produk, kunjungan konsumen. Pengoperasian variabel dari kedua variabel yang dijadikan objek pada penelitian ini menggunakan skala ordinal. Dan dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

Variabel /Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No.Item
<b>Harga (X1)</b>	Harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi (Staton, 2013, hlm. 25)				
		1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat (Staton, 2013, hlm. 37)	1. Tingkat keterjangkauan harga 2. Tingkat kesesuaian harga dengan produk 3. Tingkatan daya saing harga dengan perusahaan lain 4. Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat	Ordinal	<b>III.A.1</b>
<b>Kualitas Produk (X2)</b>	Produk dalam arti yang lebih luas untuk mencakup segala sesuatu yang diberikan kepada seseorang guna memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. (Kotler & Armstrong, 2013, hlm. 27)				

		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk bersih</li> <li>2. Tampilan produk yang menggugah selera</li> <li>3. Produk enak/lezat (David Garvin, 2013, hlm. 38)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat kebersihan kue balok,</li> <li>2. Tingkat kebersihan pada saat penyajian</li> <li>3. Tingkat kematangan kue balok,</li> <li>4. Tingkat kemenarikan kue balok</li> <li>5. Tingkat kelezatan kue balok</li> </ol>	Ordinal	<b>III.B.2</b>
<b>Word Of Mouth (Y)</b>	<p><i>Word of mouth</i> merupakan rekomendasi dari pelanggan lain umumnya dipandang lebih kredibel daripada kegiatan promosi yang di prakarsai perusahaan dan dapat memiliki pengaruh keputusan orang-orang untuk menggunakan atau menghindari menggunakan layanan (Lovelock dan Wirtz , 2011, hlm. 206)</p>				
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesenangan menceritakan pengalaman</li> <li>2. Meyakinkan orang lain untuk mencoba dan melakukan</li> <li>3. Kesenangan merekomendasikan kepada orang lain</li> <li>4. Frekuensi <i>word of mouth</i> (Anderson and Witz, 2013, hlm 15)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat kesenangan menceritakan pengalaman kepada orang lain.</li> <li>2. Tingkat meyakinkan orang lain untuk mencoba dan melakukan <i>word of mouth</i> kepada konsumen lain</li> <li>3. Tingkat kesenangan konsumen untuk merekomendasikan produk kue balok</li> <li>4. Tingkat frekuensi konsumen terhadap <i>word of mouth</i>.</li> </ol>		<b>III.C.3</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

### 3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Dari sumber data yang di peroleh penelitian ini, maka data yang dipakai yaitu data primer dan sekunder. Perkembangan wisata di Bandung saat ini sangat meningkat, menurut Nunung Sobari selaku Kepala Dinas Pariwisata kota Bandung mengutarakan bahwa kota Bandung akan diarahkan ke wisata kuliner ujarnya. Nunung mengakui dinamis dan variasi makanan di kota Bandung membuat daya tarik Ibu kota Jawa barat ini menjadi tujuan wisata dan sangat populer. Saat ini populasi di kota Bandung meningkat dan banyakan wisatawan yang masuk ke kota Bandung ini. Menurut Acuviarta Kartabi selaku pengamat ekonomi mengatakan bahwa perputaran bisnis kuliner di kota Bandung memberikan kontribusi pada industri pariwisata, Bandung mengoptimalkan potensi wisata kulinernya.

Menurut (Ulber Silalahi, 2009, hlm. 289) “Data dapat bersumber dari dalam organisasi yang dinamakan sumber atau data intern dan dari luar organisasi yang dinamakan sumber atau data ekstern. Sumber data (ektern) dibedakan jadi dua yaitu sumber data primer. Dan sumber data sekunder”. Menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 308) mengemukakan bahwa data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sedangkan menurut (Silalahi, 2009, hlm. 291) data primer adalah data dikumpulkan dari situasi aktual ketika peristiwa terjadi.

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Data yang dikumpulkan melalui sumber-sumber lain yang tersedia (Silalahi, 2009, hlm. 291). Sedangkan menurut (Sugiyono 2012, hlm. 308) data sekunder adalah data yang bersumber tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Sedangkan data sekunder menurut (Asep Hermawan 2009, hlm. 168) “Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah di kumpulkan dan dihimpun

sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa di peroleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), berbagai internet *websites*, perpustakaan umum, maupun lembaga pendidikan membeli dari perusahaan-perusahaan yang memang mengkhususkan diri untuk menyajikan data sekunder, dan lain-lain". Pada penelitian ini data yang dipakai yaitu data primer karena sumber data langsung diberikan kepada sumber data (konsumen). Dan data primer akan di lakukan dan di kumpulkan dari situasi aktual ketika peristiwa itu terjadi.

**Tabel 3.2**  
**Jenis Data dan Sumber Data**

<b>Jenis Data</b>	<b>Sumber Data</b>
<b>Data Sekunder</b>	
1. Profil perusahaan Kue Balok Kang Didin	Kang Didin
2. Perkembangan wisata Kuliner dan pariwisata kota Bandung tahun 2014.	Dinas Pariwisata kota Bandung
3. Perkembangan kunjungan pada hari Senin sampai Jumat dan Sabtu sampai Minggu konsumen kue balok bulan Juli 2014	Kang Didin
<b>Data Primer</b>	
4. Tanggapan responden terhadap harga di kue balok kang didin	Responden
5. Tanggapan responden terhadap kualitas produk di kue balok Kang didin	Responden
6. Tanggapan responden terhadap pengaruh harga dan kualitas terhadap <i>word of mouth</i>	Responden

Sumber: pengolahan data 2014

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Menurut (Silalahi, 2009, hlm. 253) populasi adalah jumlah total dari seluruh unit atau elemen dimana penyidik tertarik. Seluruh unit-unit yang darinya sampel diambil. Menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 81) mengemukakan: “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Berdasarkan pengertian diatas maka yang menjadi populasi sasaran dalam penelitian ini adalah konsumen penikmat kue balok Kang didin. Berdasarkan penelitian di atas maka yang menjadi populasi sasaran dalam penelitian ini adalah konsumen kue balok pada bulan Juli 2014.

Berdasarkan data yang di dapat pada bulan Juli yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Data Konsumen Pada Bulan Juli**

Hari/Bulan	Jumlah Konsumen	Keterangan
Senin-Kamis/Juli	1 hari= $\pm 550$	4 hari x $\pm 550$ = $\pm 2200$ konsumen
Jumat-Minggu/Juli	1 hari= $\pm 800$	3 hari x $\pm 800$ = $\pm 2400$ konsumen
<b>TOTAL</b>	Di asumsikan dalam kurun waktu 1 minggu jumlah konsumen mencapai $\pm 4600$ . Dan total keseluruhan dalam 1 bulan mencapai <b><math>\pm 142.600</math></b> konsumen	

Sumber : Data konsumen dari Kang didin

Pada jumlah konsumen di asumsikan jumlah dalam 1 minggu mencapai  $\pm 4.600$  konsumen. Dan total dalam 1 bulan asumsi populasi  $\pm 142.600$  konsumen. Karena pencapaian target pada masih seperti bulan yang lain, namun pencapaian target hari sabtu dan minggu



pada bulan Juli meningkat menjadi 10%. Konsumen yang berdatangan dari semua kalangan.

### 3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 120), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan (Silalahi, 2009, hlm. 254) mengemukakan bahwa sampel adalah subset atau tiap bagian dari populasi berdasarkan apakah itu representatif atau tidak. Sampel merupakan bagian tertentu yang dipilih dari populasi. Berdasarkan populasi di atas sampel yang dilakukan adalah data orang yang menikmati kue balok dan penilaian dari kualitas harga dan melakukan *word of mouth*.

Salah satu cara menentukan besaran sampel yang memenuhi hitungan itu adalah yang dirumuskan oleh (Slovin, Steph Ellen, 2010, hlm. 182) dengan rujukan *Principles and Methods of Research* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (\text{Slovin, 2010, hlm. 182})$$

Keterangan :

$n$  = Number of samples (jumlah sampel)

$N$  = Total population (jumlah seluruh anggota populasi)

$e$  = Error tolerance (toleransi terjadinya taraf signifikansi untuk social dan pendidikan lazimnya 0,10)

$$\frac{142.600}{1 + 142.600 (0,10)^2} = 99,9 \text{ sampel}$$

Data sampel diatas adalah jumlah sampel yang di pakai untuk konsumen dalam kurun waktu 2 minggu. Jumlah responden 99,9 sampel (100) responden.

## 3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

### 3.5.1 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 121) bahwa teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Sedangkan menurut (Silalahi, 2009, hlm. 255) teknik sampel adalah seprangkat prosedur untuk pemilihan unit-unit dari populasi yang dijadikan sebagai sampel.

Menurut (Sugiyono, 2011, hlm. 171) Teknik Sampling dibagi menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling. Menurut Sugiyono di katakan simple karena pengambilan anggota sample dari populasi di lakukan secara acak memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Pada penelitian ini responden yang di uji adalah penikmat kue balok kang didin pada rentan waktu tujuh hari pada pukul 16.00 sampai pukul 22.00 dengan kurun waktu 2 minggu untuk hasil responden kue balok.

### 3.5.2 Alat Pengumpulan Data

Menurut (Silalahi, 2009, hlm. 291), teknik pengumpulann data adalah cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan atau mendapatkan data dari fenomena empiris.

#### 1) Angket (Kuisisioner)

Adalah satu mekanisme pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui secara jelas apa yang diisyaratkan dan bagaimana mengukur variabel yang diminati. Pertanyaan kuisisioner ini akan diajukan kepada perwakilan (pengambil keputusan) dari konsumen yang datang di kue balok kang Didin. Dan berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden mengenai bagaimana kualitas dan harga di kue balok kang didin melalui *word of mouth*.

2) Wawancara

Adalah teknik komunikasi langsung untuk memperoleh data yang diperlukan yang ditujukan kepada konsumen, supaya mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk terhadap *word of mouth*.

3) Studi Dokumentasi

Adalah penelaahan terhadap beberapa dokumen yang berkaitan dengan objek yang diteliti guna memperoleh informasi yang relevan.

4) Studi Literatur

Adalah mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yaitu kualitas produk dan harga dan *word of mouth*. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang berkaitan dengan penelitian.

### 3.5.3 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 3.5.3.1 Pengujian Validitas

Validitas menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 169) adalah “Instrumen yang mempunyai validitas internal dan rasional, bila kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur”. Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pernyataan dengan skor totalnya.

Skor ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep korelasinya dengan skor total, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas. Jadi kriteria ada didalam instrumen itu. Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas menurut (Uma, 2009, hlm. 110):

- 1) Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur
- 2) Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden
- 3) Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban

- 4) Menghitung korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi product moment yang rumusnya sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}} \quad (\text{Sugiyono, 2012, hlm. 214})$$

Dimana :  $r_{xy}$  = Indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan.

Keterangan

$r_{xy}$  = koefisien korelasi product moment

n = jumlah sample.

$\sum$  = Kuadrat faktor variabel X.

$\sum Y^2$  = kuadrat faktor variabel Y.

$\sum XY$  = jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y .

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut (Sugiyono, 2012, hlm. 250) adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Koefisien Korelasi**

Besarnya Nilai	Interpretasi
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, 2012, hlm. 250

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikan 5%. Rumus uji (t) yang digunakan sebagai berikut:

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

Keputusan pengujian validitas item instrumen pertanyaan yang diteliti di katakan valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dan item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

1. Nilai r di bandingkan dengan nilai r tabel dengan derajat kebebasan (dk) = n-2 dan taraf signifikansi = 0,05
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 for windows. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan alat bantu software komputer program SPSS (*Statistical product for Service Solution*) v.20 for windows. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS di peroleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang di ajukan oeneliti, berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang di ajukan peneliti.

**Tabel 3.5**  
**Hasil Pengujian Validitas**

No.	Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>HARGA (X<sub>1</sub>)</b>				
1.	Tingkat keterjangkauan harga dengan produk kue balok	0,805	0,361	Valid
2.	Tingkat kesesuaian harga dengan kue balok	0,864	0,361	Valid
3.	Daya saing harga produk kue balok dengan kue balok lain	0,745	0,361	Valid
4.	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat saat membeli kue balok	0,655	0,361	Valid
5.	Tingkat kebersihan kue balok	0,838	0,361	Valid
6.	Tingkat kebrsihanpenyajian	0,859	0,361	Valid
<b>KUALITAS PRODUK (X<sub>2</sub>)</b>				
7.	Tingkat kecukupan kematangan kue balok	0,827	0,361	Valid
8.	Tingkat kemenarikan kue balok	0,844	0,361	Valid
9.	Tingkat kelezatan kue balok	0,700	0,361	Valid
<b>WORD OF MOUTH (Y)</b>				
10.	Tingkat kesenangan menceritakan pengalaman kuliner di kue balok kang didin	0,838	0,361	Valid
11.	Tingkat meyakinkan orang lain untuk merekomendasikan kue balok kang didin	0,868	0,361	Valid
12.	Tingkat kesenangan	0,830	0,361	Valid

	merekomendasikan kue balok kang didin kepada orang lain			
13.	Tingkat frekuensi melakukan <i>Word Of Mouth</i>	0,789	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2014

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, pengukuran validitas untuk variabel harga  $X_1$  menunjukkan bahwa item tersebut dalam kuisisioner valid karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada skor  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,361. Pengukuran validitas terhadap harga menunjukkan nilai tertinggi dari variabel harga sebesar 0,864 berdasarkan dimensi tingkat kesesuaian harga dengan produk dan nilai skor terkecil dari validitas harga menunjukkan nilai terendah yaitu 0,655 dengan dimensi tingkat kesesuaian harga dengan manfaat. Pada variabel kualitas produk  $X_2$  menunjukkan bahwa item tersebut valid berdasarkan kuisisioner karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada skor  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,36. Pengukuran skor tertinggi kualitas produk yaitu 0,859 berdasarkan dimensi tingkat kebersihan dalam penyajian kue balok, dan nilai skor terendah dari kualitas produk yaitu 0,700 berdasarkan dimensi kelzatan kue balok. Pada variabel *Word of mouth* Y skor paling tinggi yaitu 0,868 sesuai dengan dimensi tingkat meyakinkan oranglain untuk merekomendasikan kue balok kang didin, dan skor terendah yaitu 0,789 berdasarkan dimensitingkat frekuensi melakukan *word of mouth*.

### 3.5.3.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut (Asep Hermawan, 2009, hlm. 128) “Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi, akurasi, dan prediktabilitas alat ukur”. Dengan demikian dapat disimpilkann bahwa reliabilitas berkaitan dengan zakurasi dan ketetapan suatu alat ukur untuk mengukur karena instrumennya sudah baik.

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. *Instrument* yang sudah dapat

dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat di percaya juga. *Reliable* artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Jika instrumen dapat dipercaya maka daya yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas dapat diuji dengan menggunakan rumus *Cronbach alfa*, yaitu:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (\text{Arikunto, 2009, hlm. 196})$$

Keterangan :

**r<sub>11</sub>** = reliabilitas instrumen

**k** = banyak butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varian butir

$\sigma_t^2$  = varians total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian dijumlahkan, seperti berikut:

$$\sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n} \quad (\text{Arikunto, 2009, hlm. 184})$$

Keterangan:

n = jumlah responden

$\sigma$  = nilai variansi

x = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas dikatakan reliabel apabila nilai  $C_r = 0,70$ . Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi *SPSS v.20 for window*. Berdasarkan hasil perhitungan reliabilitas dari 30 konsumen kue balok kang didin yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.6**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**

No.	Variabel	$C\sigma_{hitung}$	$C\sigma_{minimal}$	Keterangan
1.	Harga ( $X_1$ )	0,805	0,700	Valid
2.	Kualitas Produk ( $X_2$ )	0,809	0,700	Valid
3.	Word Of Mouth (Y)	0,823	0,700	Valid

Sumber: Pengolahan Data 2014

Berdasarkan Tabel 3.6 di atas variabel yang memiliki nilai reliabilitas tertinggi adalah *Word of Mouth*  $C\sigma_{hitung}$  0,823, sedangkan variabel harga memiliki nilai  $C\sigma_{hitung}$  0,805 dan variabel Kualitas Produk memiliki nilai  $C\sigma_{hitung}$  0,809. Maka penelitian ini dapat dipercaya karena tingkat *reliability* lebih besar dari 0,700.

### 3.6 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

#### 3.6.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif untuk mendeskripsikannya variabel-variabel penelitian

1. Analisis data deskriptif mengenai harga di Kue balok kang Didin yang memiliki dimensi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.
2. Analisis data deskriptif mengenai kualitas produk di kue balok kang didin, yang memiliki dimensi produk bersih, tampilan produk baik dan menarik, dan produk enak dan diminati.
3. Analisis pengaruh dari harga dan kualitas produk terhadap *word of mouth*, dengan dimensi kesenangan menceritakan pengalaman, meyakinkan orang lain untuk mencoba dan melakukan, kesenangan menceritakan pengalaman kepada orang lain, dan frekuensi orang lain.

#### 3.6.2 Rancangan Analisis Data Verifikaif

Teknik analisis data merupakan cara untuk mengukur, mengolah, dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

Proses untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis korelasi. Analisis ini untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2$ ) terhadap variabel ( $Y$ ) secara serentak.



### 3.6.2.1 Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing – masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan dan penurunan. Data yang di gunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Vaiabel yang di analisis adalah variabel independen yaitu kualitas produk  $X_1$  dan harga  $X_2$ , sedangkan variabel dependen yaitu *word of mouth* ( $Y$ ). Langkah-langkah dalam menghitung analisis regresi berganda dengan menentukan model persamaan regresi berganda. Persamaan regresi berganda di rumuskan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (\text{Silalahi, 2009, hlm. 431})$$

Keterangan :

$a$  = Harga  $Y$

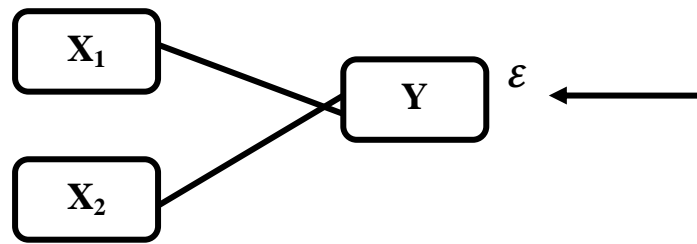
$b$  = angka arah koefisien berganda

$X_1$  = kualita produk

$X_2$  = harga

Menurut (Silalahi, 2009, hlm. 423), pengujian hipotesis menggunakan regresi berganda bertujuan mengetahui hubungan antara satu variabel an dua atau lebih variabel lainnya secara simultan dan dipertimbangkan. Korelasi berganda merupakan hubungan secara bersama-sama antara dua atau lebih an antara dua atau lebih varaibel.

Analisis regresi berganda akan dilakukaan apabila jumlah variabel independenn minimal dua atau lebih. Menerjemahkan kedalam hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap varaiabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat dari gambar sebagai berikut:



**Gambar 3.1**  
**Regresi Berganda**

Keterangan :

$X_1$  = Kualitas Produk

$X_2$  = Harga

$Y$  = *Word of mouth*

### 1. Uji Asumsi Regresi

Uji asumsi regresi terdiri dari beberapa uji sumsi yaitu sebagai berikut:

#### a) Uji asumsi normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, sebagaimana yang di ungkapkan oleh (Triton, 2005, hlm. 76) “Data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal”. Data yang mengandung data ekstrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika sebaran data mengikuti sebaran normal maka populasi dari mana data diambil berdistribusi normal akan di analiss menggunakan analisis parametik. Menurut (Wahid Sulaiman, 2004, hlm. 88), untuk menggunakan normalitas digunakan normal probablity plot. Melalui plot ini, masing – masing nilai pengamatan di pasangakan dengan nilai harapn dari distribusi normal apabila sebaran dat terletak di sekitar garis lurus yang melauai titik nol dan tidak mempunyai pola.

#### b) Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedasitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hsil prediksi menjadi menyebar. Residu pada heteroskedasitas semakin besar apabila pengamatan semakin besar.

Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedasitas apabila penyebaran terhadap harga – harga prediksi tidak di bentuk suatu pola tertentu (meningkat dan menurun). Pada penelitian ini di gunakan dengan melihat gambar setiap variabel pada gambar partial regression plot. Sebaran partial *regression plot* di mulai dari sebelah kiri bawah ke arah kanan jika dilihat sebaran dat tersebut maka dapat disimpulkan sebaran data sudah mengikuti persyaratan model keseluruhan tiap data menurut (Suliyanto, 2005, hlm. 64).

c) Uji asumsi Multikolinearitas

Multikoleniaritas merupakan hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa variabel yang menjelaskan dari model regresi yang didapat akan mempunyai nilai yang tiidak sesuai substansi sehingga daoat menyesatkan interpretasi.

### 3.6.2.2 Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) secara serentak terhadap variabel dependen ( $Y$ ). (Silalahi , 2009, hlm. 376) mengungkapkan koefisien ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar persentase variasi perubahan dalam satu variabel (dependen) di tentukan oleh perubahan dalam variabel lain(independen).  $R^2 = 0$  , maka tidak adda sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen tehadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelskan sedikitpunvariasi variabel dependen.

## 3.7 Pengujian Hipotesis

Langkah terkhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuann untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat di percaya antara variabel independen dengan variabel dependen. Pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Secara statistik, hipotesis yang akan

diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan dapat di tulis sebagai berikut:

$H_0$ :  $PYX = 0$  artinya harga dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap *word of mouth* konsumen kue balok Kang Didin.

$H_1$ :  $PYX \neq 0$  artinya harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap *word of mouth* konsumen kue balok Kang Didin.