

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisa mengenai pengaruh Variasi Produk terhadap Volume Penjualan pada Rumah Makan Bakmi Jogja Pak Roso Jl. H. Wasid, Jl, Panatayuda Kota Bandung. Variabel bebas (*independent* variabel) atau variabel eksogen yang diteliti yaitu variasi produk (X). Sedangkan (*dependent* variabel) atau variabel endogen yang diteliti yaitu Volume Penjualan (Y) yang terdiri dari kualitas barang, selera konsumen, servis (pelayanan) dan persaingan menurunkan harga jual.

Objek penelitian yang dijadikan populasi penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Bakmi Jogja Pak Roso di Jl. H. Wasid, Jl. Panatayuda Kota Bandung dengan asumsi bahwa setiap konsumen yang berkunjung ke tempat yang dijadikan penelitian dapat memberikan jawaban mengenai penting tidaknya variasi produk Rumah Makan Bakmi Jogja Pak Roso di Jl. H. Wasid, Jl. Panatayuda Kota Bandung dengan angka penjualan yang ada. Berdasarkan objek penelitian tersebut, maka akan dianalisis mengenai pengaruh variasi produk terhadap volume penjualan pembelian produk Bakmi Jogja Survei pada konsumen Rumah Makan Bakmi Jogja Pak Roso di Jl. H. Wasid, Jl. Panatayuda Kota Bandung.

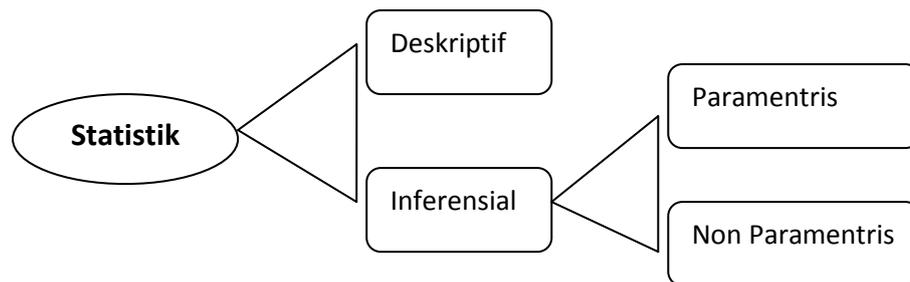
3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Menurut Soekanto yang dikutip oleh Dhohiri (2004:17) mengatakan bahwa:

Penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang dilandaskan pada analisis dan kontruksi, yang dilakukan secara metodologi, sistematis, dan konsisten yang bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran yang sebagai salah satu manifestasi hasrat manusia untuk mengetahui apa yang sedang dihadapi.

Jenis penelitian menurut Dhohiri (2004:19) penelitian dipandang dari cara pembahasannya dibedakan menjadi 2 yaitu penelitian deskriptif dan Inferensial. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang hanya melukiskan, memaparkan, dan melaporkan suatu keadaan, suatu objek atau suatu peristiwa fakta apa adanya dan berupa penyingkapan fakta. Statistik inferensial adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel, dan hasilnya akan digeneralisasikan (didiferensikan) untuk populasi di mana sampel diambil. Terdapat dua macam statistik inferensial yaitu: statistik parametris dan non parametris. Statistik parametris digunakan untuk menganalisa data interval atau rasio, yang diambil dari populasi yang berdistribusi normal. Sedangkan statistik non parametris, digunakan untuk menganalisis data nominal dan ordinal dari populasi yang bebas distribusi. Jadi tidak harus normal. Dalam teknik Korelasi dan regresi dapat berperan sebagai statistik Inferensial. Berbagai macam statistik dapat digambarkan seperti pada Gambar 3.1 berikut:



Gambar 3.1
Macam-macam Statistik

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif (*description research*) dan verifikatif (*verificative research*). Menurut Sugiyono (2008:53), “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”.

Penelitian deskriptif ini mempunyai tujuan untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai variasi produk dalam meningkatkan volume penjualan yang terdiri dari produk keuntungan dari penjual, jumlah produk yang terjual, efektifitas penjualan dan ketercapaian target penjualan.

Adapun jenis penelitian verifikatif menurut Arikunto (2006:8), “Pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan”.

3.2.2 Metode yang Digunakan

Berdasarkan jenis penelitian di atas, yaitu penelitian deskriptif (*descriptive research*) data verifikatif (*analytical research*) yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*, Sugiyono (2009:11) mengemukakan pendapat tentang metode survey sebagai berikut:

Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya.

Menurut Natsir yang dikutip oleh Dhohiri (2004:27) mengungkapkan bahwa secara umum metode penelitian dapat dikelompokkan menjadi lima bagian yaitu:

- a. Metode penelitian sejarah
- b. Metode deskriptif/ survey
- c. Metode eksperimental
- d. Metode *grounded* research
- e. Metode penelitian tindakan

Sugiyono (2008:2) berpendapat bahwa, “Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Penelitian dilakukan atas dasar pada ciri-ciri keilmuan sehingga diharapkan hasil penelitian yang diperoleh dapat digunakan untuk kepentingan selanjutnya.

Dhohiri (2004:28) mengungkapkan bahwa “metode survey adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi, sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok atau daerah”. Singarimbun (1991:3) mengatakan bahwa “penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok”.

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cross sectional method*. Husein Umar mengemukakan pengertian *cross sectional method* (2007:45) yaitu

“Metode penelitian 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 di lapangan”.

3.2.3 Operasional Variabel

Sejalan dengan penjelasan yang telah dikemukakan di dalam objek penelitian, variabel yang akan diteliti dari 2 variabel, yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Adapun yang menjadi variabel eksogen adalah variasi produk (X) yang meliputi ukuran/bentuk (X_1), harga (X_2), tampilan (X_3), kesesuaian (X_4). Sedangkan yang menjadi variabel endogen yaitu volume penjualan (Y) yang terdiri dari kualitas barang, selera konsumen, servis (pelayanan) dan persaingan menurunkan harga jual.

Hermawan (2006:118) berpendapat bahwa, “Operasionalisasi variabel adalah bagaimana caranya kita mengukur suatu variabel”. Dalam hal ini, operasionalisasi variabel menjabarkan ke dalam konsep variabel, indikator, ukuran dan skala sehingga memungkinkan bagi suatu variabel untuk diukur.

Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang akan diteliti dapat dilihat pada table 3.1 di bawah ini

Tabel 3.1
Opeasional Variabel

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik	Skala Pengukuran	No Item
Variasi Produk (X)	Variasi Produk sebagai unit tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan, atau ciri lain (Philip Kotler 2005:72)				
Ukuran/ Bentuk (X ₁)		Ukuran/ Bentuk • Daya tarik yang ditimbulkan variasi produk Menu pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso	• Tingkat daya tarik dari bentuk setiap menu makanan	Interval	1
			• Tingkat variasi dari menu makanan	Interval	2
Harga (X ₂)		Harga • Kesesuaian harga kriteria pada RM. Makan bakmi Jogja seperti rasa, kualitas, dan ukuran dari Menu RM. Bakmi Joja Pak Roso	• Tingkat keterjangkuan harga menu makanan	Interval	3
			• Tingkat kesesuaian harga terhadap kualitas menu makanan	Interval	4
Tampilan (X ₃)		Tampilan • Daya tarik variasi tampilan (penyajian) Menu pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso	• Tingkat variasi dari warna tampilan	Interval	5
			• Tingkat variasi garnish dari setiap menu makanan	Interval	6
			• Daya tarik tampilan (penyajian)	Interval	7
			• Tingkat variasi bahan baku	Interval	8

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik	Skala Pengukuran	No Item	
Kesesuaian (X ₄)		Kesesuaian • Kesesuaian variasi makanan seperti pada ukuran sajian (porsi), kualitas bahan baku, menu sajian tambahan, garnish (hiasan makanan), dan tampilan warna	• Tingkat kesesuaian variasi ukuran (porsi) terhadap harga	Interval	9	
			• Tingkat kualitas bahan baku terhadap harga	Interval	10	
			• Tingkat variasi menu tambahan terhadap daya tarik pembeli	Interval	11	
			• Tingkat kesesuaian garnish pada setiap menu makanan	Interval	12	
			• Tingkat kesesuaian warna pada tampilan makanan	Interval	13	
			• Tingkat Kesesuaian menu makanan telah memenuhi keinginan	Interval	14	
Volume Penjualan (Y)		• Kualitas barang	• Tingkat membeli karena kualitas dari masing-masing variasi produk sesuai dengan yang ditawarkan	Interval	15	
			• Selera konsumen	• Tingkat membeli karena variasi Mie Jogja yang ditawarkan sesuai dengan selera	Interval	16
			• Servis (pelayanan)	• Tingkat membeli berdasarkan Servis (pelayanan)	Interval	17

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik	Skala Pengukuran	No Item
		<ul style="list-style-type: none"> Persaingan menurunkan harga jual 	<ul style="list-style-type: none"> Daya tertarik membeli Mie Jogja karena harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan Rumah Makan yang lain 	Interval	18

Sumber: Pengolahan Data 2012

3.2.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. berdasarkan jenis dan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Umar (2008:42) yang dimaksud dengan data primer dan data sekunder adalah:

1. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu, dengan kata lain data primer diperoleh secara langsung.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain atau data yang sudah tersedia sebelumnya yang diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, artikel dan jurnal ilmiah.

Table 3.2 di bawah ini menyajikan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Tingkat daya saing Pariwisata Negara ASEAN	Sekunder	The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011 (World Economic Forum)
2	Pertumbuhan sektor industri makanan di Bandung 2011	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2011
3	Rekapitulasi dan Daftar Nama Potensi Restoran dan Rumah Makan Berijin di Kota Bandung Tahun 2011	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2011
4	Rekapitulasi Hasil Pra Penelitian RM. Bakmi Jogja Pak Roso	Primer	Pra Penelitian 2012
5	Faktor yang mempengaruhi tingkat Penjualan RM. Bakmi Jogja Pak Roso	Primer	Pra Penelitian 2012
6	Variasi Produk pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso	Primer	Reponden RM. Bakmi Jogja Pak Roso 2012
7	Tingkat Penjualan pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso	Primer	Pra Penelitian 2012

Sumber: Berdasarkan hasil pengolahan data 2012

3.2.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.5.1 Populasi

Sebuah penelitian digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisa suatu data, menentukan populasi merupakan langkah yang penting. Menurut Arikunto (2006:130), “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. Sedangkan Sugiyono (2008:115) mengemukakan bahwa, “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Riduwan dan Koncoro (2009:37) berpendapat bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau objek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

ditarik kesimpulannya”. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek itu, melainkan meliputi karakteristik atau sifat yang dimiliki objek atau subjek tersebut.

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut populasi sasaran, yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi, apabila sebuah penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Rumah Makan Bakmi Jogja Pak Roso Jl. Panatayuda, Jl. H. Wasid Kota Bandung, yang secara perhari konsumen tersebut dapat berkunjung rata-rata ± 20 konsumen, maka dalam satu bulan konsumen yang berkunjung rata-rata ± 600 konsumen.

3.2.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel menurut Sugiono (2008:116) yaitu, “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Sedangkan Arikunto (2009:131) berpendapat bahwa, “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”.

Populasi dalam penelitian ini tidak mungkin dapat penulis teliti. Hal ini disebabkan beberapa faktor, yaitu:

- 1 Keterbatasan waktu
2. Keterbatasan tenaga
3. Keterbatasan waktu yang tersedia

Yang diungkapkan pula oleh Singarimbun (2006:149), “Bahwa tidak perlu meneliti semua individu dalam populasi, karena disamping memakan waktu yang

sangat besar juga membutuhkan waktu yang lama, dan dengan meneliti sebagian populasi kita mengharapkan hasil yang di dapat akan mampu menggambarkan hasil populasi yang bersangkutan”.

Berdasarkan pertimbangan di atas, maka peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain tidak diteliti. Sugiyono (2008:73) berpendapat bahwa:

Bila populasi besar dan data penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi, untuk itu sampel dari populasi harus benar-benar representatif.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel, digunakan rumus Slovin (Umar, 2008:141) dengan asumsi harus berdistribusi normal dan homogeny serta populasi sudah diketahui (Riduwan dan Koncoro, 2008:44).

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir ($e = 0,1$)

Dalam mendapatkan populasi populasi (N), maka dilakukan perhitungan dengan menggunakan rata-rata. Berdasarkan rumus Slovin, maka ukuran sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{600}{1 + 600(0,1)^2}$$

$$n = \frac{600}{7}$$

$$n = 85,714 \approx 86$$

Berdasarkan perhitungan di atas sebesar 86 sampel minimal, untuk lebih memperkuat hasil penelitian maka peneliti membulatkan hasil perhitungan sampel minimal dengan menyebarkan kuesioner kepada menariknya 100 responden untuk disebarkan kepada responden.

3.2.5.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Peneliti menggunakan teknik Systematic Random Sampling dalam penelitian ini untuk populasi yang bergerak. Hal ini senada dengan pendapat Sugiyono (2007:73), bahwa teknik sampling adalah teknik pengumpulan sampel. Metode pengambilan acak sistematis dengan jarak tertentu dari suatu kerangka sampel yang telah diurutkan". Dengan demikian, tersedianya suatu populasi sasaran yang tersusun (ordered population target) merupakan prasyarat penting bagi dimungkinkan pelaksanaan pengambilan sampel dengan metode acak sistematis.

Populasi dalam penelitian ini adalah populasi bergerak. Menurut Al-Rasyid (1994:66) cara sistematis memiliki kelebihan yaitu bisa dilakukan meskipun tidak ada kerangka sampling. Adapun langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut:

1. Menentukan populasi dengan menarik konsumen dari Rumah Makan Bakmi Jogja Pak Roso
2. Menentukan tempat yang akan digunakan sebagai *checkpoint* adalah Rumah Makan Bakmi Jogja Pak Roso
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu kongkrit yang digunakan untuk penelitian adalah pukul 11:00 – 17:00 WIB (hari Senin s/d Jum'at) dan pukul 11:00 – 16: 00 WIB (hari Sabtu s/d Minggu)
1. Melaksanakan Menentukan orientasi lapangan yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama atau dasar kepadatan pengunjung. Menentukan ukuran sampel dari besarnya populasi, yaitu sebesar 86 responden yang kemudian ditambah menjadi 100 untuk menambah keakuratan.
4. Berdasarkan survey yang telah dilakukan sebelumnya, diketahui rata-rata konsumen Rumah Makan Bakmi Jogja Pak Roso adalah 600 orang. (hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin)
5. Menghitung besarnya populasi pada sampel yang terpilih.

3.2.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk keperluan penelitian dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Studi Literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti. Studi literatur tersebut diperoleh dari 1) perpustakaan, 2) skripsi angkatan terdahulu dan tesis, 3) jurnal manajemen bisnis dan kuliner, dan 4) media elektronik (internet).
2. Kuesioner/ angket merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. (Sugiyono: 2008:199)
3. Wawancara dilakukan sebagai teknik komunikasi langsung tatap muka, wawancara ini dilakukan kepada pemilik perusahaan RM. Bakmi Jogja Pak Roso yang terletak di Jl. Panatayuda, Jl. H. Wasid Kota Bandung.
4. Observasi, yaitu pengalaman dan peninjauan langsung terhadap objek yang sedang diteliti yaitu pembeli Bakmi Jogja (Survei pada Pembeli RM. Bakmi Jogja Pak Roso yang terletak di Jl. Panatayuda, Jl. H. Wasid Kota Bandung).

3.2.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan paling tinggi dalam penelitian karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu, benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting valid dan reliabel.

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel (Sugiyono, 2010:173).

Penelitian ini menggunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *semantic differential*. Skala pengukuran ini dikembangkan oleh Osgood dan digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun checklist.

3.2.7.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas merupakan instrumen yang dapat mengukur kebenaran sesuatu yang diperlukan. Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro berpendapat bahwa, “Uji validitas dilakukan berkenaan dengan ketepatan alat ukur terhadap konsep yang diukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Arikuntoro (2006:168) mengemukakan pengertian validitas sebagai berikut:

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat – tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Instrumen yang valid berpengaruh terhadap hasil penelitian. Hasil penelitian yang valid menurut Sugiyono (2008:172), yaitu:

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti,

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid, Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.

Adapun untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari nilai korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah setiap skor butir. Untuk menghitung validitas alat ukur digunakan rumus korelasi Pearson Product Moment seperti berikut:

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

Sumber: Riduwan dan Sunarto, 2009: 80

Keterangan:

- r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y
- X = Skor yang diperoleh subjek 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 responden dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} \geq$

r_{tabel}

2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika

$r_{hitung} < r_{tabel}$

Selanjutnya perlu diuji apakah validnya instrument yang ditemukan dengan sampel 30 itu berlaku untuk seluruh populasi yang berjumlah 100 konsumen, maka perlu dihitung dengan uji-t dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{n-r^2}}$$

(Riduwan dan Sunarto, 2010:81)

Keterangan :

- t_{hitung} = Nilai t hitung
 r = Koefisien korelasi
 r^2 = Kuadrat koefisien korelasi
 n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan harga t_{tabel} dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi $\alpha = 0,1$
2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan valid
3. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan tidak valid

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan dengan bantuan program SPSS (Statistical Product for Service Solution) 19.00 dan Ms. Office Excel 2007, didapat hasil pengujian yang dicantumkan pada Tabel 3.3 di bawah ini:

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas pada Variabel Variasi Produk (X)

No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Sig	Keterangan
Ukuran (X ₁)					
1	Pernyataan 1	0,379	0,361	0,019	Valid
2	Pernyataan 2	0,387	0,361	0,017	Valid
Harga (X ₂)					
3	Pernyataan 1	0,432	0,361	0,009	Valid
4	Pernyataan 1	0,627	0,361	0,000	Valid
Tampilan (X ₃)					
5	Pernyataan 1	0,398	0,361	0,015	Valid
6	Pernyataan 2	0,369	0,361	0,022	Valid
7	Pernyataan 3	0,471	0,361	0,004	Valid
8	Pernyataan 4	0,597	0,361	0,000	Valid
Kesesuaian (X ₄)					
9	Pernyataan 1	0,563	0,361	0,001	Valid
10	Pernyataan 2	0,560	0,361	0,001	Valid
11	Pernyataan 3	0,372	0,361	0,021	Valid
12	Pernyataan 4	0,378	0,361	0,020	Valid
13	Pernyataan 5	0,363	0,361	0,024	Valid
14	Pernyataan 6	0,619	0,361	0,000	Valid

Sumber: Pengolahan data 2012

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel 3.3 terlihat bahwa item-item pernyataan dari setiap variabel X yaitu variasi produk, yang memiliki sub variabel dimensi ukuran, harga, tampilan dan kesesuaian dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan hasil r_{hitung} dari setiap item pernyataan pada kuesioner lebih besar dari r_{tabel} . Bila nilai koefisien dari setiap item pernyataan diinterpretasikan nilai hubungannya rata-rata memiliki nilai hubungan yang kuat dan sangat kuat, hanya sekitar 8 item pernyataan yang nilai koefisien korelasinya sedang.

Untuk variabel y yaitu volume penjualan, hasil uji validitas dengan bantuan program SPSS 19.00 dan Ms. Excel 2010, didapat hasil pengujian yang dicantumkan pada Tabel 3.4 di bawah ini:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas pada Variabel Volume Penjualan (Y)

No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Sig	Keterangan
Volume Penjualan (Y)					
1	Pernyataan 1	0,755	0,361	0,000	Valid
2	Pernyataan 2	0,760	0,361	0,000	Valid
3	Pernyataan 3	0,722	0,361	0,000	Valid
4	Pernyataan 4	0,783	0,361	0,000	Valid

Sumber : Pengolan data 2012

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel 3.4 terlihat bahwa item-item pernyataan dari variabel volume penjualan (Y) dinyatakan valid karena hasil r_{hitung} dari setiap item pernyataan pada kuesioner lebih dari r_{tabel} . Bila nilai koefisien dari setiap item pernyataan diinterpretasikan nilai hubungannya rata-rata memiliki nilai hubungan yang sangat kuat.

3.2.7.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2010:173), “Instrumen yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”.

Arikunto (2006:178) mengemukakan pernyataan tentang reliabilitas sebagai berikut:

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu.

Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dengan rentang skor antara 1-7 untuk sampel biasa dapat digunakann rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

(Suharsimi Arikunto, 2006:196)

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas butir pertanyaan

k = banyaknya butir pertanyaa

σ_t^2 = variasi Total

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

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap item, kemudian jumlahkan, Rumus untuk mencari varians tiap item dan varians total, seperti berikut ini.

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{[\sum x]^2}{n}}{n}$$

(Arikunto, 2006:184)

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

σ^2 = Nilai varians

X = Nilai skor yang dipilih

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisian internal seluruh item (r_{11}) $\geq r_{\text{tabel}}$ dengan $\alpha = 10\%$ dan derajat kebebasan ($dk = n-2$) maka item pertanyaan dikatakan reliabel

2. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) < r tabel dengan $\alpha = 10\%$ dan derajat kebebasan ($dk = n-2$) maka item pertanyaan dikatakan tidak reliable

Dengan menggunakan alat bantu software computer program SPSS (Statistical Product for Service Solution) 19.00, diketahui bahwa semua variabel reliable, hal ini dikarenakan nilai $C\sigma$ masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan koefisien *alpha cronbach* yang skornya bukan 1 dan 0, berikut tabel 3.5 uji reabilitas instrument penelitian.

Tabel 3.5
Hasil uji reabilitas Pengaruh Variasi Produk (X) terhadap
Volume Penjualan

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
Ukuran (X1)	0,495	0,361	Reliabel
Harga (X2)	0,655	0,361	Reliabel
Tampilan (X3)	0,738	0,361	Reliabel
Kesesuaian (X4)	0,695	0,361	Reliabel
Volume Penjualan (Y)	0,801	0,361	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan data 2012

3.2.8 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.2.8.1 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, digunakan jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif menitik beratkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian, dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket (kuesioner). Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam variasi produk terhadap volume penjualan pada Rumah Makan Bakmi Jogja Pak Roso Jl. H. Wasid, Jl. Panatayuda Kota Bandung. Setiap variabel yang dinilai oleh pembeli, diklasifikasikan simpel random sampling yang berpoint dari 1-7

Table 3.6

Skor Sistem Pernyataan

No	Pernyataan	Tanggapan Responden							Keterangan
		Keterangan	1	2	3	4	5	6	
	Sangat Menarik								Sangat tidak Menarik
	Sangat Bervariasi								Sangat tidak Bervariasi
	Sangat Terjangkau								Sangat tidak Terjangkau
	Sangat Sesuai								Sangat tidak Sesuai
	Sangat Berkualitas								Sangat tidak Berkualitas
	Sangat Tertarik								Sangat tidak Tertarik

Sumber: Modifikasi 2012

Analisis data dalam penelitian kuantitatif dilakukan setelah seluruh data responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan tertentu identitas responden serta mengecek kelengkapan data yang di isi responden untuk mengetahui karakteristik responden.

2. Menyeleksi dan untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul

3. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Memberi skor pada setiap item
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item
 - c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian
4. Menganalisis dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dan perhitungan statistik. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif.

3.2.8.2 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif, bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikasinya (Sugiyono, 2007:144)

Melalui analisis-analisis deskriptif, maka dapat diketahui:

1. Analisis deskriptif tanggapan responden terhadap ukuran/ bentuk pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso
2. Analisis deskriptif tanggapan responden terhadap harga pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso
3. Analisis deskriptif tanggapan responden terhadap tampilan pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso

4. Analisis deskriptif tanggapan responden terhadap kesesuaian pada RM. Bakmi Jogja Pak Roso
5. Analisis deskriptif tanggapan responden terhadap Volume penjualan yang terdiri dari kualitas barang, selera konsumen, servis (pelayanan) dan persaingan menurunkan harga jual.
6. Analisis deskriptif tanggapan responden tentang pengaruh variasi produk terhadap volume penjualan.

Tabel 3.7
Kriteria Interpretasi Skor

Kriteria Penafsiran	Keterangan
0%-20%	Sangat Lemah
21%-40%	Lemah
41%-60%	Cukup
61%-80%	Kuat
81%-100%	Sangat Kuat

Sumber: Riduwan & Kuncoro (2008: 22)

Untuk menafsirkan sejumlah mana pengaruh variasi produk terhadap volume penjualan digunakan criteria interpretasi skor dalam tabel. Nilai koefisien penentu berada di antara 0-100%. Jika nilai koefisien semakin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin mendekati 0 berarti semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.2.8.3 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Setiap pendapat responden atas pernyataan dalam angket penelitian ini dapat memilih

sesuai nilai dari kepuasan responden yang dimulai dari angka 1 sebagai awal nilai terendah sampai dengan 7 yang dinilai sebagai kepuasan yang sangat tinggi.

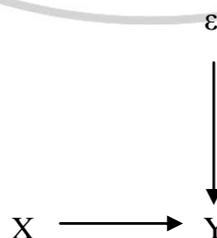
Metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (path analysis). Untuk memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval.

Path Analysis (Analisis Jalur)

Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh variasi produk (X) yang terdiri dari ukuran/bentuk, harga, tampilan dan kesesuaian terhadap volume penjualan (Y) Bakmi Jogja Pak Roso adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*Path Analysis*).

Dalam hal ini analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap volume penjualan (Y) baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun untuk pengolahan data dapat dilakukan dengan bantuan program SPSS 19.0 *for windows*, langkah-langkahnya bisa dilihat pada lampiran.

Pada hipotesis dilakukan dengan menggambarkan suatu hipotesis di bawah ini.



Gambar 3.2
Struktur Hubungan Kausal Antara X dan Y

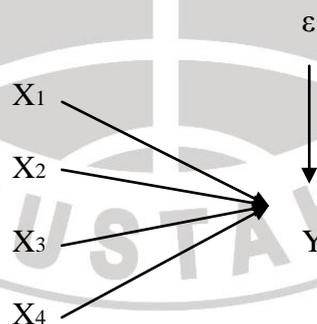
Keterangan:

X = Variasi Produk
 Y = Volume Penjualan
 ε = epsilon (Variabel Lain)
 → = Hubungan Kausalitas

Gambar 3.2 di atas menggambarkan struktur hubungan antara variabel eksogen. Struktur hubungan di atas menggambarkan bahwa variasi produk berhubungan dengan volume penjualan, selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempunyai hubungan antara X dan Y yaitu variabel residu yang dilambangkan dengan ε .

Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara variasi produk yang terdiri atas Ukuran (X_1), Harga (X_2), Tampilan (X_3) dan Kesesuaian (X_4) terhadap Volume Penjualan (Y).

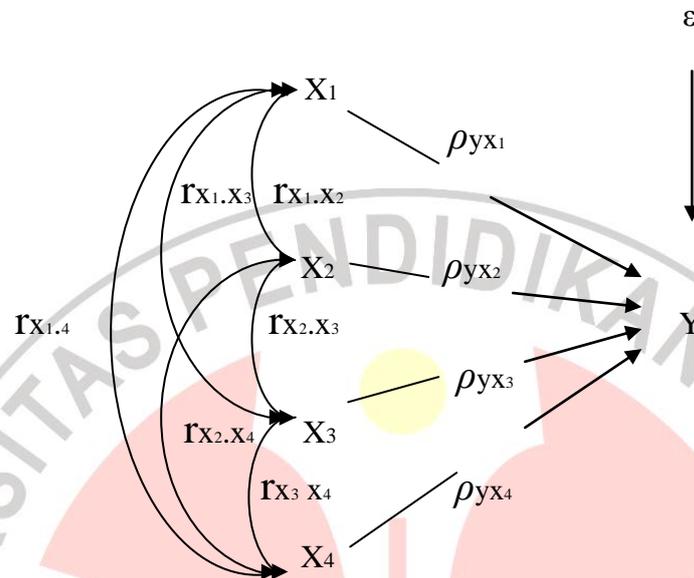
Pengujian hipotesis dilambangkan dengan langkah-langkah sebagai berikut:



Gambar 3.3
Diagram Jalur Hipotesis

Selanjutnya diagram hipotesis diatas diterjemahkan kedalam beberapa hubungan hipotesis yang mengatakan pengaruh hubungan independen yang paling

dominan terhadap variabel dependen X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 . Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.4 berikut:



Gambar 3.4

Diagram Jalur Sub Hipotesis Utama

Keterangan:

X_1 = Sub variabel Ukuran

X_2 = Sub variabel Harga

X_3 = Sub variabel Tampilan

X_4 = Sub variabel Kesesuaian

Y = variabel Volume Penjualan

ϵ = epsilon

a. Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menghitung matriks korelasi antar variabel

$$R_1 = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ 1 & r_{X_1 X_2} & r_{X_1 X_3} & r_{X_1 X_4} \\ & 1 & r_{X_2 X_3} & r_{X_2 X_4} \\ & & 1 & r_{X_3 X_4} \\ & & & 1 \end{pmatrix}$$

2. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ C_1 & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} \\ & & & C_{4.4} \end{pmatrix}$$

Menghitung semua koefisien jalur dengan rumus:

$$\begin{pmatrix} \rho_{YX_1} \\ \rho_{YX_2} \\ \rho_{YX_3} \\ \rho_{YX_4} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ 1 & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & 1 & C_{3.3} & C_{3.4} \\ & & 1 & C_{4.4} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \\ r_{YX_3} \\ r_{YX_4} \end{pmatrix}$$

3. Hitung $R^2Y (X_1, X_2, X_3, X_4)$ yaitu koefisien yang menyatakan determinas total X_1, X_2, X_3, X_4 , terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (X_1 \dots X_4) = [\rho_{YX_1} \dots \rho_{YX_4}] \begin{pmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \\ r_{YX_3} \\ r_{YX_4} \end{pmatrix}$$

4. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung pada setiap

Pengaruh X_1 terhadap Y

- a. Pengaruh X_1 terhadap Y

$$\text{Pengaruh Langsung} = \rho_{YX_1} \cdot \rho_{YX_1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung } (X_2) = \rho_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_2} \cdot \rho_{YX_2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung } (X_3) = \rho_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_3} \cdot \rho_{YX_3}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung } (X_4) = \rho_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_4} \cdot \rho_{YX_4}$$

	_____	+
Pengaruh X ₁ terhadap Y	=	
b. Pengaruh X ₂ terhadap Y		
Pengaruh langsung	= $\rho_{YX_2} \cdot \rho_{YX_2}$	
Pengaruh tidak langsung (X ₁)	= $\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_1} \cdot \rho_{YX_1}$	
Pengaruh tidak langsung (X ₃)	= $\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_3} \cdot \rho_{YX_3}$	
Pengaruh tidak langsung (X ₄)	= $\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_4} \cdot \rho_{YX_4}$	
	_____	+
Pengaruh X ₂ terhadap Y	=	
c. Pengaruh X ₃ terhadap Y		
Pengaruh langsung	= $\rho_{YX_3} \cdot \rho_{YX_3}$	
Pengaruh tidak langsung (X ₁)	= $\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3 X_1} \cdot \rho_{YX_1}$	
Pengaruh tidak langsung (X ₂)	= $\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3 X_2} \cdot \rho_{YX_2}$	
Pengaruh tidak langsung (X ₄)	= $\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3 X_4} \cdot \rho_{YX_4}$	
	_____	+
Pengaruh X ₃ terhadap Y	=	
d. Pengaruh X ₄ terhadap Y		
Pengaruh langsung	= $\rho_{YX_4} \cdot \rho_{YX_4}$	
Pengaruh tidak langsung (X ₁)	= $\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4 X_1} \cdot \rho_{YX_1}$	
Pengaruh tidak langsung (X ₂)	= $\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4 X_2} \cdot \rho_{YX_2}$	
Pengaruh tidak langsung (X ₃)	= $\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4 X_3} \cdot \rho_{YX_3}$	
	_____	+
Pengaruh X ₄ terhadap Y	=	

5. Menghitung pengaruh variabel lain (ϵ) dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{YX_1, \dots, YX_4}}$$

3.2.8.4 Rancangan Uji Hipotesis

Langkah selanjutnya dilakukan tahap keputusan penerimaan atau penolakan H_0

1. Rumusan hipotesis operasional:

$$H_0 : \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} = \rho_{YX_3} = \rho_{YX_4} = 0$$

$$H_i : \rho_{YX_i} \neq 0, i = 1, 2, 3 \text{ dan } 4$$

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji berada pada $\alpha = 0,10$ dengan derajat kebebasan ($dk = n-2$) serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Hipotesis Utama yang akan diuji pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara variasi produk yang terdiri dari ukuran, harga, tampilan dan kesesuaian terhadap volume penjualan.

$H_i : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara variasi produk yang terdiri dari ukuran, harga, tampilan dan kesesuaian terhadap volume penjualan.

Kemudian untuk Sub Hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

a. Ukuran (X_1)

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara ukuran terhadap volume penjualan.

$H_i : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara ukuran terhadap volume penjualan.

b. Harga (X2)

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara harga terhadap volume penjualan.

$H_1 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara harga terhadap volume penjualan.

c. Tampilan (X3)

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara tampilan terhadap volume penjualan.

$H_1 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara tampilan terhadap volume penjualan.

d. Kesesuaian (X4)

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara kesesuaian terhadap volume penjualan.

$H_1 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara kesesuaian terhadap volume penjualan.

2. Statistik Uji F yang digunakan adalah

$$F = \frac{(n - k - i) \sum_i^k \rho_{YX1} r_{YX1}}{k (1 - \sum_i^k \rho_{YX1} r_{YX1})}$$

Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan table distribusi F *Snedector*, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dengan demikian dapat dilanjutkan pada pengujian secara individual.

3. Statistik uji t yang digunakan adalah

$$t = \frac{\rho_{YX_i} - \rho_{YX_j}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2(X_1 \dots X_4))(C_{ii} + C_{jj} - 2C_{ij})}{(n - k - 1)}}$$

t mengikuti distribusi t student dengan derajat kebebasan n-k-1

- a) Jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- b) Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

