

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kekuatan pemasok terhadap strategi produk dan implikasinya pada penjualan di sentra boneka Sukamulya Bandung. Adapun yang menjadi variabel yaitu kekuatan pemasok variabel bebas atau *independent variabel* (X). Variabel antara atau *intervening variable* (Z) adalah strategi produk. Dan penjualan sebagai *dependent variabel* (Y) atau sebagai variabel terikat. Objek penelitian ini adalah sentra boneka Sukamulya Bandung dan subjek dari penelitian ini adalah pengrajin boneka di sentra boneka Sukamulya Bandung.

Penelitian yang dilakukan adalah *cross sectional method* karena penelitian dilakukan kurang dari satu tahun. Menurut Sugiyono (2010:45) Pendekatan *cross sectional method*, yaitu “Metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang”.

#### 3.2 Metode Penelitian

##### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Suharsimi Arikunto (2010:8). menjelaskan bahwa, “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskriptif tentang ciri-ciri variabel. Sedangkan sifat penelitian verifikatif

pada dasarnya ingin menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan”.

Penelitian deskriptif ini mempunyai maksud untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai pengaruh kekuatan pemasok terhadap strategi produk dan implikasinya pada penjualan pengrajin boneka di sentra boneka Sukamulya Bandung. Sedangkan penelitian verifikatif bermaksud untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Jadi, penelitian verifikatif ini untuk menguji pengaruh kekuatan pemasok terhadap strategi produk dan implikasinya pada penjualan pengrajin di sentra boneka Sukamulya Bandung.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2010:11) yang dimaksud dengan metode survei adalah:

Metode survei yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Hatch dan Farhady dalam Sugiyono (2010:58) “Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain.”

Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2010:58) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari. Sedangkan menurut Kidder dalam Sugiyono (2010:59) menyatakan bahwa variabel adalah suatu kualitas (*qualities*) dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan.”

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang akan diteliti, yaitu:

1. Variabel bebas (X)

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini kekuatan pemasok.

2. Variabel antara (Z)

Variabel ini merupakan variabel penyela / antara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.

3. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah penjualan.

Secara lengkap operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat terlihat pada Tabel 3.1 berikut

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item	
Kekuatan Pemasok (X)	Pemasok merupakan organisasi yang menyediakan input bagi perusahaan seperti bahan baku, jasa dan tenaga kerja. Daya tawar pemasok, menunjukkan kemampuan yang dimiliki oleh pemasok untuk menaikkan harga input atau menaikkan biaya produksi perusahaan dengan menyediakan input yang kurang berkualitas. Ismail Solihin (2012:42)	Jumlah pemasok bahan baku	• Tingkat jumlah pemasok bahan baku kain boneka	<i>Interval</i>	1	
			• Tingkat jumlah pemasok bahan baku pelengkap boneka	<i>Interval</i>	2	
			• Tingkat jumlah pemasok bahan baku isian boneka	<i>Interval</i>	3	
		Kemampuan pemasok dalam mengendalikan bahan baku	• Tingkat persediaan bahan baku kain boneka	<i>Interval</i>	4	
			• Tingkat persediaan bahan baku pelengkap boneka	<i>Interval</i>	5	
			• Tingkat persediaan bahan baku isian boneka	<i>Interval</i>	6	
			Kemampuan pemasok dalam mengendalikan harga bahan baku	• Tingkat kenaikan harga bahan baku kain boneka	<i>Interval</i>	7
				• Tingkat kenaikan	<i>Interval</i>	8

Variabel/Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			harga bahan baku pelengkap boneka		
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kenaikan harga bahan baku isian boneka</li> </ul>	<i>Interval</i>	9
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat jangka waktu hubungan dengan pemasok bahan baku kain boneka</li> </ul>	<i>Interval</i>	10
		Hubungan pemasok dengan perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat jangka waktu hubungan dengan pemasok bahan baku pelengkap boneka</li> </ul>	<i>Interval</i>	11
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat jangka waktu hubungan dengan pemasok bahan baku isian boneka</li> </ul>	<i>Interval</i>	12
		Tingkat kepentingan bahan baku yang dipasok	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kepentingan pemasok bahan baku kain boneka</li> </ul>	<i>Interval</i>	13
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat</li> </ul>	<i>Interval</i>	14

Variabel/Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			kepentingan pemasok bahan baku pelengkap boneka		
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kepentingan pemasok bahan baku isian boneka</li> </ul>	<i>Interval</i>	15
Strategi Produk (Z)	Terdapat empat cara strategi bauran produk yang digunakan oleh perusahaan yaitu menambah lini produk baru sehingga memperlebar bauran produknya, memperpanjang lini produknya, menambah lebih banyak varian produk dan memperdalam bauran produknya guna meningkatkan penjualan. Kotler dan Armstrong (2008:398)	Variasi produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keragaman bentuk boneka</li> </ul>	<i>Interval</i>	16
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keragaman warna boneka</li> </ul>	<i>Interval</i>	17
		Kualitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kerapihan jahitan boneka</li> </ul>	<i>Interval</i>	18
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kehalusan kain boneka</li> </ul>	<i>Interval</i>	19
		Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keunikan bentuk boneka</li> </ul>	<i>Interval</i>	20
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keindahan bentuk boneka</li> </ul>	<i>Interval</i>	21
		Ukuran	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kesesuaian</li> </ul>	<i>Interval</i>	22



Variabel/Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			ukuran boneka		
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keragaman ukuran boneka</li> </ul>	<i>Interval</i>	23
		Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kemudahan memberikan pelayanan terhadap konsumen</li> </ul>	<i>Interval</i>	24
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat personalisasi dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen</li> </ul>	<i>Interval</i>	25
Penjualan (Y)	Penjualan bersih dari laporan laba perusahaan. Penjualan bersih ini diperoleh perusahaan melalui hasil penjualan seluruh produk selama jangka waktu tertentu dan hasil penjualan yang dicapai dari pangsa pasar yang merupakan penjualan potensial yang dapat terdiri dari kelompok teritorial dan kelompok pembeli selama	Keseluruhan barang yang terjual	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat jumlah barang yang terjual</li> </ul>	<i>Interval</i>	26
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kenaikan jumlah barang yang dijual pada waktu tertentu</li> </ul>	<i>Interval</i>	27
		Modal Kerja	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat penambahan modal kerja pada waktu tertentu</li> </ul>	<i>Interval</i>	28
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kenaikan modal kerja pada waktu tertentu</li> </ul>	<i>Interval</i>	29

Variabel/Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	jangka waktu tertentu. Irawan dan Basu Swastha (2008:141)				

Sumber : Hasil Pengolahan Data

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

#### 3.2.3.1 Jenis data

Jenis data yang diambil adalah data primer. Menurut Husein Umar (2008:47) berpendapat bahwa:

“Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau suatu pengisian hasil kuesioner.”

Sedangkan jenis data sekunder menurut Sugiyono (2009:402) data yang sumber yang tidak langsung, misalnya lewat orang atau lewat dokumen memberikan data kepada pengumpul data.

#### 3.2.3.2 Sumber Data

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan atau hasil penelitian pihak lain. Adapun data sekunder dari penelitian ini adalah data pendukung dari buku lain yang diperoleh penulis yang dianggap relevan dengan topik penelitian.

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Jenis Data	Jenis Data	Sumber
1	Target Pertumbuhan Dan Nilai Pdb Indonesia 2006-2012	Sekunder	BPS dan berbagai sumber diolah Riset SWA (Majalah SWA 02, 19 Januari-



No	Jenis Data	Jenis Data	Sumber
			1Februari 2012 /XXV
2	Pertumbuhan Pdb Sub Sektor Industri Kreatif Tahun 2011	Sekunder	<a href="http://www.tabloiddiplomasi.org">www.tabloiddiplomasi.org</a>
3	Jumlah Penduduk Kelurahan Sukagalih Bulan Juni Tahun 2012	Sekunder	Kelurahan Sukagalih, 2012
4	Penjualan Sentra Boneka Sukamulya Tahun 2010-2012	Sekunder	Diolah dari data sentra boneka Sukamulya Bandung 2012

Sumber: Data Pra penelitian 2012

### 3.2.4 Populasi dan Sampel

#### 3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010:115) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Berdasarkan pengertian di atas maka populasi yang peneliti ambil adalah 13 pengrajin boneka di daerah sentra boneka Sukamulya Bandung.

#### 3.2.4.2 Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:131) “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Dikarenakan populasi berjumlah 13 orang, maka populasi yang diambil sama yaitu sebanyak 13 orang.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2009:116) “Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel”. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel jenuh. Menurut Sugiyono (2009:122) “Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel”. Hal ini dilakukan karena populasi dan sampel sama.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dalam penelitian ini sampel yang diambil peneliti adalah pengusaha atau pengrajin boneka Sukamulya Bandung yang berjumlah 13 orang.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2010:401) “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”.

Berdasarkan sumber datanya, pengumpulan data dapat menggunakan *sumber primer*, dan *sumber sekunder*. Menurut Sugiyono (2010:402) “Sumber Primer adalah sumber data yang *langsung memberikan* data kepada pengumpul, dan sumber sekunder merupakan sumber yang *tidak langsung memberikan* data kepada pengumpul data”.

Menurut Sugiyono (2010:402) “Jika dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya”.

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk kepentingan penelitian. Data yang telah terkumpul digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah:

Untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik penelitian seperti berikut :

1. Observasi

Di dalam pengertian psikologik, observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan yaitu kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera.

Pada penelitian ini, teknik observasi yang dilakukan adalah teknik observasi partisipatif dimana pengamat terlibat langsung pada kegiatan. Dan melalui kegiatan observasi ini pula penulis melakukan studi pendahuluan dimana melalui teknik ini dapat melihat, mengenal, mengidentifikasi masalah yang diteliti.

2. Kuesioner (angket)

Angket adalah alat pengumpul data yang berisi sejumlah pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden. Hal ini sejalan dengan pendapat yang diutarakan oleh Suharsimi Arikunto (2010:151) yang menyatakan bahwa "Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui."

### 3. Studi Literatur

Dengan teknik ini penulis berusaha untuk mencari informasi serta data baik berupa teori-teori, pengertian-pengertian dan uraian-uraian yang dikemukakan oleh para ahli sebagai landasan teoritis khususnya mengenai masalah dan variabel yang diteliti yaitu kekuatan pemasok, strategi produk dan penjualan. Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu:

- a. Perpustakaan UPI, STMB
- b. Skripsi, Tesis
- c. Jurnal pemasaran
- d. Media cetak dan media elektronik (internet).

### 4. Wawancara

Metode pengumpulan data melalui wawancara ditujukan langsung oleh peneliti kepada pihak perusahaan yang bersangkutan yaitu pengrajin boneka dengan tujuan untuk memperoleh data mengenai :

1. Data pemasok bahan baku
2. Data strategi produk
3. Data penjualan.

## 3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Menurut Sugiyono (2010:172), “Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. Validitas

adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. (Suharsimi Arikunto, 2010:168).

Dapat diketahui rumus yang dapat digunakan adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

(Sugiyono, 2010:248)

Keterangan:

$r$  = Koefisien validitas item yang dicari

$X$  = 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

Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.4

di bawah ini:

**TABEL 3.3**  
**INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
Antara 0,7 sampai dengan 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,6 sampai dengan 0,500	Tinggi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
Antara 0,5 sampai dengan 0,400	Agak Tinggi
Antara 0,4 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,3 sampai dengan 0,200	Agak Tidak Tinggi
Antara 0,2 sampai dengan 0,100	Tidak Tinggi
Antara 0,1 sampai dengan 0,000	Sangat Tidak Tinggi

Sumber: Suharsimi Arikunto (2010: 245)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasi dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf kesalahan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Sugiyono 2010:250})$$

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan harga  $t_{\text{tabel}}$  dengan  $dk = n-2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$
2. Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka instrumen valid
3. Jika  $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$  maka instrumen tidak valid



4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 13 kasus dengan tingkat kesalahan 5% dan derajat kebebasan (dk)  $n-2$  ( $13-2=11$ ), maka didapati nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,553.

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel kekuatan pemasok berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 20.0 *for windows*, menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang bernilai **0,553**. Jumlah pertanyaan untuk Variabel X adalah 15, terdapat pertanyaan yang tidak valid, sehingga yang valid hanya 11 item. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut.

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS**  
**VARIABEL X (KEKUATAN PEMASOK)**

No.	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket.
<b>Jumlah Pemasok Bahan Baku</b>				
1.	Jumlah pemasok bahan baku kain	0,613	0,553	Valid
2.	Jumlah pemasok bahan baku isian	0,706	0,553	Valid
<b>Kemampuan Pemasok dalam Mengendalikan Bahan Baku</b>				
3.	Persediaan bahan baku kain selalu sulit di dapat	0,891	0,553	Valid
4.	Persediaan bahan baku isian selalu sulit di dapat	0,963	0,553	Valid
5.	Persediaan bahan baku pelengkap selalu sulit di dapat	0,916	0,553	Valid
<b>Kemampuan Pemasok dalam Mengendalikan Harga Bahan Baku</b>				
6.	Harga bahan baku kain selalu tinggi	0,778	0,553	Valid
7.	Harga bahan baku isian selalu tinggi	0,593	0,553	Valid
8.	Harga bahan baku pelengkap selalu tinggi	0,704	0,553	Valid
<b>Hubungan Pemasok dengan Perusahaan</b>				
9.	Memiliki hubungan kerja yang sudah lama dengan	0,709	0,553	Valid

No.	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket.
	pemasok bahan baku kain			
10.	Memiliki hubungan kerja yang sudah lama dengan pemasok bahan baku isian	0,823	0,553	Valid
<b>Tingkat Kepentingan Bahan Baku yang Dipasok</b>				
11.	Ketersediaan bahan baku kain berpengaruh sangat tinggi terhadap perusahaan	0,623	0,553	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan Tabel 3.4 pada instrumen variabel kekuatan pemasok dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada indikator kemampuan pemasok dalam mengendalikan bahan baku dengan item pernyataan persediaan bahan baku isian selalu sulit di dapat yang bernilai 0,963 sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator kemampuan pemasok dalam mengendalikan harga bahan baku dengan item harga bahan baku isian selalu tinggi yang bernilai 0,593 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya tinggi.

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel strategi produk berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 20.0 *for windows* menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang bernilai **0,553**. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.5 berikut.

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS**  
**VARIABEL Z (STRATEGI PRODUK)**

No.	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket.
<b>Variasi produk</b>				
1.	Bagaimana tingkat pertimbangan atas trend boneka di	0,685	0,553	Valid

Arina Anjaina, 2013

PENGARUH KEKUATAN PEMASOK TERHADAP STRATEGI PRODUK DAN IMPLIKASINYA PADA PENJUALAN  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No.	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket.
	dalam membuat variasi produk boneka			
2.	Bagaimana tingkat pertimbangan atas pemilihan warna dengan kesesuaian model boneka	0,748	0,553	Valid
<b>Kualitas</b>				
3.	Bagaimana tingkat pertimbangan atas kerapihan jahitan boneka yang diproduksi	0,775	0,553	Valid
4.	Bagaimana tingkat pertimbangan atas kualitas bahan baku boneka yang digunakan untuk memproduksi boneka	0,819	0,553	Valid
<b>Design</b>				
5.	Bagaimana tingkat pertimbangan atas kreatifitas dalam berinovasi pada boneka yang diproduksi	0,555	0,553	Valid
<b>Ukuran</b>				
6.	Bagaimana tingkat pertimbangan atas kesesuaian ukuran boneka dengan yang telah ditentukan	0,792	0,553	Valid
7.	Bagaimana tingkat pertimbangan atas keragaman ukuran boneka	0,765	0,553	Valid
<b>Pelayanan</b>				
8.	Bagaimana tingkat pertimbangan atas kemudahan akses layanan untuk konsumen	0,619	0,553	Valid

Sumber: Pengolahan Data 2013

Berdasarkan Tabel 3.5 pada instrumen variabel strategi produk dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada indikator kualitas dengan item pernyataan bagaimana tingkat pertimbangan atas kualitas bahan baku boneka yang digunakan untuk memproduksi boneka yang bernilai 0,819 sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator design dengan item 0,555 bagaimana tingkat pertimbangan atas kreatifitas dalam berinovasi pada boneka yang diproduksi sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya tinggi.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Realibitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya, yang realibel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:178) “Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu”. Sedangkan menurut Sugiyono (2010:172) “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”.

Reliabilitas menunjukan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2010:178). Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan rumus Alpha. Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum S_b^2}{S_t^2} \right] \quad (\text{Husein Umar, 2008:170})$$

**Keterangan:**

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau butir soal

$S_t^2$  = Deviasi standar total

$\sum S_b^2$  = Jumlah deviasi standar butir

Sedangkan rumus variansnya adalah:

$$S^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{n-1} \quad (\text{Husein Umar, 2008:172})$$

**Keterangan:**

N = Jumlah sampel

n = Jumlah responden

X = Nilai skor yang dipilih

$S^2$  = Nilai varians

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
- 2) Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 20.0 *for windows* diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$  yang bernilai **0,553** hal ini dapat dilihat dalam Tabel 3.5 berikut ini:

**TABEL 3.6**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No	Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Kekuatan Pemasok	0,928	0,553	Reliabel
2	Strategi Produk	0,869	0,553	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

#### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2010:147) menyatakan analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel penelitian, antara lain :

1. Analisis deskriptif tentang kekuatan pemasok yang terdiri dari jumlah pemasok bahan baku, kemampuan pemasok dalam mengendalikan bahan baku, kemampuan pemasok dalam mengendalikan harga bahan baku, hubungan pemasok dengan perusahaan dan tingkat kepentingan bahan baku yang dipasok
2. Analisis deskriptif tentang strategi produk yang terdiri dari variasi produk, kualitas, design, ukuran, dan pelayanan
3. Analisis deskriptif tentang penjualan terdiri dari keseluruhan barang yang terjual dan modal kerja.

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan dalam bentuk Tabel 3.7 sebagai berikut:



**TABEL 3.7**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN**

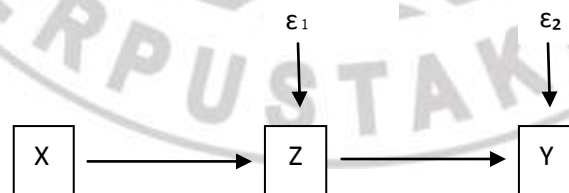
NO	KRITERIA PENAFSIRAN	KETERANGAN
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% -99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch. Ali (1985: 184)

### 3.2.7.2 Rancangan Analisis Verifikatif

Teknik analisa data yang digunakan untuk melihat analisis kekuatan pemasok (X) terhadap strategi produk (Z) implikasinya pada penjualan (Y) yaitu menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis korelasi karena penelitian ini menganalisis tiga variabel.

Analisis ini digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel bebas kekuatan pemasok (X) terhadap strategi produk (Z) implikasinya pada penjualan (Y), baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggambarkan struktur hipotesis di bawah ini:



**GAMBAR 3.1**  
**STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL ANTARA X, Z dan Y**

Sumber: Sugiyono (2010:44)

## Keterangan

X : Kekuatan pemasok

Z : Strategi Produk

Y : Penjualan

 $\varepsilon$  : variabel residu

→ : Hubungan kausalitas

Struktur hubungan di atas mengisyaratkan bahwa kekuatan pemasok

berpengaruh positif terhadap strategi produk dan strategi produk berpengaruh positif terhadap penjualan.

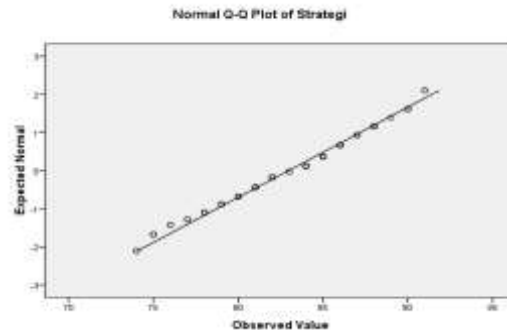
**1) Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak digunakan cara membaca interpretasi grafik yaitu data berdistribusi normal jika semua pencaran titik-titik yang diperoleh berada disekitar garis lurus. Untuk menguji normalitas data dengan SPSS, maka lakukan langkah-langkah berikut :

1. Entry data atau buka file data yang akan dianalisis
2. Pilih menu berikut ini, Analyze, Descriptives Statistics, Explore misalnya Kolmogorov–Smirnov. Hipotesis yang diuji adalah:

$H_0$  : Sampel berasal dari populasi berdistribusi normal

$H_1$  : Sampel tidak berasal dari populasi berdistribusi normal



**GAMBAR 3.2**  
**OUTPUT UJI NORMALITAS**

Dari Gambar 3.2 dapat dilihat bahwa titik-titik tersebar disekitar garis lurus, sehingga dapat disimpulkan semua populasi berdistribusi normal. Untuk menetapkan kenormalan, kriteria yang berlaku adalah sebagai berikut.

1. Tetapkan taraf signifikansi uji  $\alpha = 0.05$
2. Bandingkan  $\alpha$  dengan taraf signifikansi yang diperoleh
3. Jika signifikansi yang diperoleh  $> \alpha$  , maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal
4. Jika signifikansi yang diperoleh  $< \alpha$  , maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal

## 2) Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen yaitu kekuatan pemasok, variabel intervening yaitu strategi produk dan dengan satu variabel dependen yaitu penjualan. Persamaan regresi sederhana X atas Y dan Y atas Z adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + \varepsilon_1 \quad \text{dan} \quad Z = a + bY + \varepsilon_2$$

Sumber: Moh. Nazir (2011:463)

Keterangan:

Z = strategi produk

Y = penjualan

X = kekuatan pemasok

a = intersep

b = koefisien arah regresi

$\varepsilon$  = variabel residu

Dimana:

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

(Sugiyono, 2010:262)

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

### 3) Analisis Korelasi

Tujuan perhitungan dengan menggunakan analisis korelasi adalah untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Hubungan dua atau lebih variabel terdiri dari dua macam hubungan yang positif dan negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) X pada umumnya diikuti kenaikan (penurunan) Y.

Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara variabel disebut koefisien korelasi ( $r$ ). Nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1 ( $-1 \leq r \leq 1$ ), artinya jika:

$r = 1$ , berarti korelasinya sangat kuat (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif)

$r = -1$ , berarti korelasinya negatif sempurna (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif)

$r = 0$ , berarti tidak ada korelasi.

Penentuan koefisien korelasi ( $r$ ) dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation*. Rumus dari analisis *Korelasi Product Moment* adalah:

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

Sumber: Sugiyono (2010:213)

Keterangan:

$r$  = Koefisien korelasi Koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.8 di berikut:

**TABEL 3.8**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI**  
**KOEFISIEN KORELASI**

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 (2010:62)

#### 4) Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh antara variabel yang diteliti, maka dihitung koefisien detrminasi ( $K_d$ ) dengan asumsi

faktor-faktor lain diluar variabel dianggap konstan/tetap (*cateris paribus*). Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100 \%}$$
 (Sugiyono, 2010: 210)

Keterangan :

KD = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

Nilai koefisien determinasi berada pada rentang  $0 \leq R \leq 1$  jika R mendekati satu, maka kontribusi tes formatif terhadap tes submatif semakin besar, sedangkan jika nilai koefisien R mendekati 0 maka semakin kecil kontribusi tes formatif yang diberikan terhadap perolehan skor tes submatif. Sugiyono (2010:214) adalah sebagai berikut :

**TABEL 3.9**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN DETERMINASI KOEFISIEN DETERMINASI**

Interval Koefisien	Hubungan
0 – 19,99%	Sangat rendah
20 – 39,99%	Rendah
40 – 59,99%	Sedang
60 – 79,99%	Kuat
80 – 100%	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2010:214)

### 3.2.7.3 Uji Hipotesis

#### 1) Uji F

Riduwan (2012:117) Uji F digunakan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.



Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Derajat kepercayaan = 5 %
2. Derajat kebebasan F tabel (  $\alpha$ , k, n-k-1 )

$$\alpha = 0,05$$

k = jumlah variabel bebas

n = jumlah sampel

3. Menentukan kriteria pengujian

Ho ditolak apabila F hitung > F tabel

Ha ditolak apabila F hitung < F tabel

4. Menentukan F dengan rumus:

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

Dimana:

R<sup>2</sup> = koefisien determinan berganda

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel bebas

Kesimpulan :

Apabila F hitung < F tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara simultan.

Apabila F hitung > F tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya ada pengaruh secara simultan.