

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen ilmu pemasaran khususnya mengenai kualitas produk sebagai bagian dari bauran produk. Kualitas produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *Conformance* (kesesuaian), *Perceived*, *Durability*, *Sensory karakteristik* (David Garvin dan Joseph S Martin (Zulian Yumit 2002:10). Adapun kualitas produk yang akan diteliti adalah pelaksanaan kualitas produk yang dilaksanakan PT. Badranaya Putra khususnya untuk produk sosis beberapa tahun kebelakang hingga tahun 2006.

Kualitas produk dalam penelitian ini adalah *variabel independent* yang terdiri dari . dimensi kualitas produk yang diteliti adalah. *Conformance* (kesesuaian) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya. *Perceived* yaitu menyangkut citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. *Durability* adalah lama produk yang dapat digunakan. *Sensory karakteristik*, adalah penampilan, corak, rasa, daya tarik, selera dan beberapa kriteria yang menjadi aspek penting didalam kualitas produk. *Variabel dependent* dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan konsumen untuk memiliki suatu produk atau menggunakan produk sebagai pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut. Keputusan pembelian yang diteliti berdasarkan pada banyaknya jumlah responden yang menggunakan produk sosis Badranaya.

Responden penelitian adalah konsumen akhir yang mengkonsumsi sosis badranaya,. Dan malakukan pembelian di Yogya Departement Store, Kota Bandung. Jl. Sunda No 38. Penelitian lebih difokuskan pada penelitian tentang pengaruh kualitas produk sosis badranaya terhadap keputusan pembelian konsumen sosis di Yogya Departement Store Kota Bandung, Jl. Sunda No 38.

3.2 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis penelitian yaitu *verifikatif* dan *deskriptif*. Sugiyono (2004:11) menjelaskan bahwa, "Penelitian *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain". Jenis penelitian deskriptif digunakan dengan maksud memuat gambaran secara terstruktur mengenai fakta-fakta yang akan diteliti mengenai pelaksanaan kualitas produk yang dilaksanakan PT. Badranaya Putra dan Tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan kualitas produk tersebut (sesuai dengan tujuan penelitian no 1 dan no 2).

Suharsimi Arikutono (2002:7) mengemukakan bahwa "Penelitian *verifikatif* pada dasarnya ingin menguji kebenaran pengumpulan data di lapangan" Jenis penelitian *verifikatif* pada dasarnya ingin menguji kebenaran pengumpulan data di lapangan ", dalam hal ini penelitian *verifikatif* bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian (sesuai dengan tujuan penelitian no 3).

3.2.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *deskriptif survey* dan metode *explanatory survey*. Sugiyono (2004:7) penelitian *deskriptif survey* adalah metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil dimana data yang dipelajari adalah data dari sampel pada populasi tersebut, sehingga ditemukan hubungan-hubungan antar variabel. Sugiyono (2004:11) mengatakan *explanatory survey* adalah suatu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal dua variabel melalui pengujian hipotesis, dimana data yang dianalisis merupakan sampel dari populasi Informasi yang dikumpulkan langsung menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 8 bulan (dari bulan April, hingga bulan November Tahun 2006), oleh karena itu metode pengembangan yang digunakan adalah *Cross-sectional* yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu dalam artian tidak berkesinambungan dalam waktu yang panjang. (Husein Umar 2002:45).

3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel independent (X) dalam penelitian ini adalah kualitas produk yang terdiri dari beberapa dimensi, dalam penelitian ini terdapat empat dimensi yaitu *conformance* (kesesuaian), *perceived*, *durability*, dan *sensory karakteristik*. *Variabel dependent (Y)* dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Adapun operasionalisasi variabel-variabel tersebut dapat dijabarkan dalam tabel 3.1 tentang oprasionalisasi variabel-variabel penelitian PT. Badranaya Putra.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kualitas Produk		Sesuatu yang ditawarkan produsen dan dapat memenuhi kebutuhan baik langsung maupun tidak langsung				
			<p><i>Durability (Daya tahan produk)</i></p> <p>1. Ketahanan sosis Badranaya saat disimpan pada suhu tertentu</p> <p>2. Ketahanan sosis Badranaya saat disimpan pada suhu normal</p> <p>3. Kemampuan sosis Badranaya bertahan lebih lama dibanding dengan sosis merek lainnya</p> <p>4. Ketahanan sosis Badranaya melebihi batas waktu yang dijanjikan</p>	<p>1 Tingkat ketahanan</p> <p>2 Tingkat ketahanan</p> <p>3 Tingkat kemampuan</p> <p>4 Tingkat ketahanan</p>	<p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p>	<p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p>
			<p><i>Conformance (kesesuaian)</i></p> <p>1. Kesesuaian daya tahan produk dengan apa yang telah dijanjikan</p> <p>2. Kelengkapan Nutrisi dengan harapan konsumen</p> <p>3. Kelengkapan nutrisi dibandingkan sosis merek lainnya</p> <p>4. Jaminan keamanan mengkonsumsi sosis Badranaya</p> <p>5. Kebersihan produk dan kemasan</p> <p>6. Kesesuaian kemasan sosis Badranaya dengan standar pengemasan yang berlaku</p>	<p>1. Tingkat kesesuaian</p> <p>2. Tingkat kelengkapan</p> <p>3. Tingkat kelengkapan</p> <p>4. Tingkat Jaminan yang diberikan</p> <p>5. Tingkat kebersihan dan keamanan produk</p> <p>6. Tingkat kesesuaian</p>	<p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p>	<p>5</p> <p>6</p> <p>7</p> <p>8</p> <p>9</p> <p>10</p>

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			<i>Perceived (Persepsi)</i>			
			1. Persepsi tentang kesesuaian harga dengan daya beli	1. Tingkat kesesuaian harga	Ordinal	11
			2. Persepsi kesesuaian harga dengan harga sosis merek lain	2. Tingkat kesesuaian harga	Ordinal	12
			3. Persepsi konsumen tentang kualitas sosis	3. Tingkat kualitas produk yang ditawarkan	Ordinal	13
			4. Persepsi konsumen tentang kemudahan menyebut nama merek sosis	4. Tingkat kemudahan nama merek Badranaya	Ordinal	14
			5. Persepsi konsumen tentang kemudahan mengingat merek Badranaya	5. Tingkat kemudahan mengingat merek Badranaya	Ordinal	15
			6. Persepsi konsumen terhadap keberadaan dan reputasi perusahaan Badranaya	6. Tingkat keberadaan dan reputasi produk serta perusahaan	Ordinal	16
			<i>Sensory Karakteristik produk Produk)</i>			
			1. Kesamaan ukuran panjang sosis	1. Tingkat kesamaan produk	Ordinal	17
			2. Kelengkapan jumlah unit produk dari setiap kemasan	2. Tingkat Kelengkapan	Ordinal	18
			3. Kemenarikan bentuk kemasan	3. Tingkat kemenarikan	Ordinal	19
			4. Kemenarikan Warna kemasan	4. Tingkat kemenarikan	Ordinal	20
			5. Keragaman macam produk dan rasa	5. Tingkat keragaman	Ordinal	21

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item	
Keputusan Pembelian (Y)		Pemilihan suatu aktivitas dari dua atau lebih pilihan, dengan kata lain bila seseorang mengambil keputusan maka terdapat pemilihan terhadap alternatif-alternatif tersebut. Schiffman Kanuk (dalam Hendriana 31:2000)	Pemilihan produk	1. Tingkat kemenarikan bentuk dan warna produk	1. Tingkat kemenarikan	Ordinal	22
			2. Keragaman jenis dan rasa	2. Tingkat keragaman	Ordinal	23	
			3. Keragaman berbagai macam ukuran kemasan	3. Tingkat keragaman	Ordinal	24	
			Pemilihan merek	1. Kemenarikan nama merek	1. Tingkat kemenarikan nama merek	Ordinal	25
			2. Kemenarikan simbol merek sosis Badranaya (gambar semar)	2. Tingkat kemenarikan simbol	Ordinal	26	
			Pemilihan saluran pembelian	1. Keterjangkauan tempat pembelian dengan tempat tinggal	1. Tingkat keterjangkauan	Ordinal	27
			2. Kemudahan dilewati kendaraan umum	2. Tingkat keterjangkauan	Ordinal	28	
			3. Ketersediaan alternatif kendaraan umum	3. Tingkat keterjangkauan	Ordinal	29	
			4. Kenyamanan tempat pembelian	4. Tingkat kenyamanan	Ordinal	30	
			5. Kelengkapan fasilitas pembayaran	5. Tingkat kelengkapan	Ordinal	31	
			6. Kelengkapan alat untuk membawa produk pembelian	6. Tingkat kelengkapan	Ordinal	32	
			7. Ketersediaan fasilitas parkir	7. Tingkat kelengkapan	Ordinal	33	
			Pemilihan penentuan waktu pembelian	1. Frekuensi pembelian sosis perminggu		Ordinal	34
2. Frekuensi pembelian sosis awal bulan		Ordinal	35				
3. Frekuensi pembelian sosis pada hari-hari tertentu		Ordinal	36				

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Iter
			Pemilihan jumlah produk pembelian			
			1. Jumlah pembelian sesuai kebutuhan	1. Tingkat jumlah pembelian	Ordinal	37
			2. Jumlah pembelian melebihi kebutuhan seharusnya	2. Tingkat jumlah pembelian	Ordinal	38
			3. Frekuensi pembelian ukuran 1 Kg	3. Tingkat jumlah pembelian	Ordinal	39
			4. Frekuensi pembelian ukuran ½ Kg	4. Tingkat jumlah pembelian	Ordinal	40
			5. Frekuensi pembelian ¼ Kg	5. Tingkat jumlah pembelian	Ordinal	41
			6. Frekuensi Pembelian ukuran isi 6	6. Tingkat jumlah pembelian	Ordinal	42

3.4 Jenis dan Sumber Data

Penyajian hipotesis memerlukan nilai-nilai variabel melalui jenis data sesuai dengan indikator yang digunakan beserta sumber datanya. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder dari dokumen yang tersedia pada PT. Badranaya Putra sedangkan data primer bersumber dari penelitian empirik. Untuk lebih lanjut bisa dilihat dalam tabel 3.2 tentang jenis dan sumber data yang digunakan untuk keperluan penelitian

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA PENELITIAN

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1	Gambaran umum perusahaan	Sekunder	PT. Badranaya Putra
2	Tanggapan konsumen sosis Badranaya terhadap kualitas produk yang dihasilkan perusahaan	Primer	Responden
3	Tanggapan konsumen sosis Badranaya terhadap indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian	Primer	Responden
4	Tanggapan konsumen sosis Badranaya tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	Primer	Responden

Sumber : Pengolahan Data November 2006

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.5.1 Populasi

Sugiyono (2004: 72) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya sehingga populasi tidak hanya orang tetapi juga benda-benda alam lain serta keseluruhan jumlah objek dan karakteristik objek itu. Suharsimi Arikunto (2002:6) mengatakan bahwa yang dimaksud populasi adalah totalitas semua yang mungkin, hasil menghitung atau pengukuran kualitatif maupun kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang datang dan membeli Sosis Badranaya di Swalayan Yogya departemen store Jl.Sunda No 38, dengan jumlah N=34 orang perbulan.

3.5.2 Sampel

Objek yang diteliti pada penelitian ini tidak diambil dari populasi secara keseluruhan, tetapi hanya sebagian dari populasi tersebut,. hal ini dikarenakan beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu. Bagian dari populasi tersebut dikenal dengan istilah sampel, hal ini seperti yang diungkap Sugiyono (2003:73) bahwa bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi disebut *sample*, dengan harapan sampel yang diambil dapat mewakili populasi, Sugiyono, (2003:73) mengungkapkan tentang sampel,

Bahwa tidak perlu meneliti semua individu dalam populasi, karena di samping memakan biaya yang sangat besar juga membutuhkan waktu yang lama. Dengan meneliti sebagian populasi kita mengharapkan hasil yang didapat akan dapat menggambarkan hasil populasi yang bersangkutan.

Suharsimi Arikunto (2002:102), mengatakan yang dimaksud dengan sampel adalah “sebagian atau wakil populasi yang diteliti”, dengan demikian sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian dari pembeli sosis Badranaya yang melakukan pembelian di .Swalayan Yogya departemen store Jl.Sunda No 38, maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad \text{Harun Al Rasyid (1994:44)}$$

Sedangkan n_0 dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n_0 = \left[\frac{Z(1 - \frac{\alpha}{2})S}{\delta} \right]^2 \quad \text{Harun Al Rasyid, 1994:44}$$

Keterangan :

- Jumlah item = 42
 N = Populasi 34 orang
 n = Ukuran sampel
 n₀ = Banyaknya sampel yang diambil dari seluruh unit
 S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *deming's Emperical Rule* = 0,21 (karena variabel X tingkat kurva miring maka hubungan antara simpangan baku dengan rentang (*range*) adalah 0,21) Harun Al-Rasyid 45:1994)
 δ = *Bound of error* yang bisa ditolerir/dikehendaki sebesar 0,05

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

- Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- Nilai tertinggi skor responden (42x5) = 210
- Nilai terendah skor responden (42x1) = 42
- Rentang = Nilai tertinggi – Nilai terendah
 = 210 – 42 = 168
- S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standar deviator*) diperoleh:
 $S = (0,21) (168) = 35.28$

Dengan derajat kepercayaan: 95%, $\alpha = 0,05$. Perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai n₀ terlebih dahulu.

Diketahui :

N = 34 orang

$$\alpha = 5\%$$

$$Z = \left[1 - \frac{\alpha}{2}\right] = 0,975 = 1,96$$

$$S = 35,28$$

$$n_0 = \left[\frac{(1,96)(35,28)}{5} \right]^2$$

$$n_0 = \left[\frac{(69,1488)}{5} \right]^2$$

$$n = [13,82976]^2 = 191,26226$$

$$n = \frac{191,26226}{1 + \frac{191,26226}{34}}$$

$$n = \frac{191,26226}{6,6253606} = 28,868204 = 29 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dengan ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat kepercayaan 5%, maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 29, untuk kehati-hatian dikenakan menjadi 30 orang.

3.5.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, hal ini senada dengan pendapat Sugiyono (73;2004) bahwa teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel, karena populasi pada penelitian ini adalah populasi bergerak (*mobile population*), maka peneliti menggunakan teknik *Systematic random sampling*. Sugiyono (77;2004)

mengatakan sampling sistematis adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang diberi nomor urut. Harun Al Rasyid (1994;66) sampling sistematis memiliki kelebihan walau tanpa ada kerangka sampling.(daftar satuan sampling yang ada dalam sebuah populasi (Al Rasyid (1994;3) Adapun langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut :

1. Tentukan populasi sasaran, dalam penilitaan ini yang dijadikan populasi sasaran adalah seluruh pelanggan yang telah melakukan pembelian Swalayan Yogya departemen store Jl.Sunda No 38.
2. Tentukan tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini menjadi tempat *checkpoint* adalah tempat makanan beku yang ada di Yogya departemen store Jl.Sunda No 38.
3. Tentukan waktu yang digunakan untuk menentukan sampling, waktu yang digunakan peneliti adalah pukul 09.30 s.d 21.00 WIB setiap hari yang merupakan rentang waktu kepadatan pengunjung khususnya pengunjung yang mendatangi tempat penjualan makanan beku dan makanan segar di Yogya departemen store Jl.Sunda No 38.
4. Melaksanakan orientasi secara cermat, terutama pada check point, orientasi ini dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama atau dasar kepadatan pengunjung, berdasarkan prapenelitian maka rata-rata pembeli sosis Badranaya yang datang pada Yogya departemen store Jl.Sunda No 38 adalah 30.

5. Tentukan ukuran sampel, rumus yang digunakan untuk mencari ukuran sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Harun Al Rasyid sehingga setelah dihitung diperoleh ukuran sampel sebesar 30.
6. Data ini selanjutnya digunakan untuk menentukan interval pemilihan pertama dengan menggunakan rumus $i = N/n$ jadi $30/34 = 1$, setelah diketahui interval maka penyebaran dilakukan secara acak, pada hari yang telah ditentukan untuk check point, maka konsumen ke 1 (karena *random* dilakukan dari konsumen ke-1) untuk selanjutnya adalah konsumen yang memiliki no urut ganjil ditanya dan diberi kuesioner untuk diisi hingga ukuran sampel terpenuhi.
7. Menghitung besarnya proporsi pada sampel yang terpilih dapat diketahui dengan menggunakan rumus $n_i = \frac{N_i}{\sum N_i} \times n_0$. Berdasarkan rumus tersebut maka dapat dihitung besarnya sampel per minggu di bawah ini

TABEL 3.3
PENYEBARAN PROPOSI SAMPEL PADA SETIAP MINGGU UNTUK KONSUMEN
SOSIS BADRANAYA DIYOGYA DEPARTEMENT STORE

no	Minggu	Jumlah Pembeli	Sampel	Jumlah
1	Pertama	8	$8/34 \times 30 = 7.05$	7
2	Kedua	8	$8/34 \times 30 = 7,05$	7
3	Ketiga	11	$11/34 \times 30 = 9.7$	10
4	Keempat	7	$7/34 \times 30 = 6.1$	6
Jumlah		34	Jumlah	30

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang diperoleh penulis dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

1. Wawancara : Merupakan teknik komunikasi langsung untuk memperoleh data yang diperlukan ditujukan kepada pihak perusahaan atau perwakilan dari departemen produksi dan departemen pemasaran PT. Badranaya Putra.
2. Studi literatur, yaitu usaha untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti, dalam hal ini adalah teori yang berkaitan dengan kualitas produk dan pengaruh diantara keduanya.
3. Kuesioner : Daftar pertanyaan yang dibuat dalam bentuk sederhana dengan metode pertanyaan terbuka yang diberikan kepada perusahaan dan pertanyaan tertutup yang diberikan responden (konsumen sosis Badranaya Kuesioner yang dibuat peneliti untuk konsumen sosis Badranaya berupa seperangkat pertanyaan tertulis untuk dijawab. Kuesioner ini dibuat karena jumlah responden yang cukup besar, sehingga diharapkan data yang diperoleh dapat dilakukan seefisien mungkin. Skala yang digunakan pada kuesioner ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (86;2004) bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial, melalui skala likert variabel yang diukur berupa indikator penelitian yang dijadikan titik tolak menyusun item-item

instrumen berupa pertanyaan. Jawaban item instrumen skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

TABEL 3.4
ALTERNATIF JAWABAN PERTANYAAN MENGGUNAKAN SKALA LIKERT

Alternatif Jawaban	Sangat Sering	Sering	Cukup Sering	Jarang	Tidak Pernah
Positif	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5
Alternatif Jawaban	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak setuju	Sangat Tidak Setuju
Positif	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5
Alternatif Jawaban	>1000 gram	1000-500 gram	500-250 gram	250-200 gram	200-150 gram
Positif	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5

4. Observasi : Mengamati kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang tengah diteliti dan tanggapan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan perusahaan.

3.7 Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka peneliti harus mengolah data tersebut, secara garis besar terdapat 3 langkah yaitu persiapan, tabulasi dan penempatan data pada pendekatan penelitian (Suharsimi Arikunto 240;1998). Tahap-tahap tersebut adalah :

1. Tahap persiapan kegiatan merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta data yang sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan berupa pengumpulan dan pemeriksaan kelengkapan lembar kuisioner dan memberikan nilai (*scoring*). Sesuai dengan sistem penelitian yang telah ditetapkan, dalam langkah persiapan ini peneliti harus

mampu memilih data hanya yang dapat terpakai untuk mengadakan pengolahan lanjutan.

2. Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada setiap item, menjumlah skor pada setiap item (sangat baik 5, baik 4, cukup baik 3, tidak baik 2, sangat tidak baik 1), memberikan kode terhadap item-item yang tidak diberi skor, mengubah jenis data, disesuaikan dengan teknik analisis yang akan digunakan, memberikan kode dalam hubungan dengan pengolahan data dengan bantuan komputer.
3. Penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian, dalam artian pengolahan data yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan rumus-rumus atau aturan yang telah ada.
4. Pengujian, untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas menurut Moch. Ali (1985:184) adalah pada tabel 3.6

TABEL 3.5

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)

3.8 Pengujian Instrumen Penelitian

Jonathan Sarwono (2005: 68) menyatakan “syarat variabel dalam regresi sekurang-kurangnya interval”. Menurut Sugiyono (2004:90) bahwa data yang diperoleh dengan menggunakan skala likert adalah data interval, karena dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, maka data dalam penelitian ini telah interval.

3.8.1 Pengujian Validitas Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:146) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih jika mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang memiliki validitas rendah. Menurut Sugiyono (2004:109) data yang dinyatakan valid adalah data yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh person sebagai berikut :

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)} \sqrt{(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2002 :}$$

146)

Keterangan :

r = Koefesien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan

X = Skor pertanyaan

Y = Skor total responden

XY = Perkalian skor pertanyaan dan skor total

N = Jumlah data

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut, item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} . Adapun rumus perhitungan. Rumus untuk mencari t_{hitung} adalah sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{S_{gab} \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}} \quad \text{Sugiyono (2004:117)}$$

$$S_{gab} = \frac{\sqrt{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}}{(n_1 + n_2) - 2} \quad \text{Sugiyono (2004: 118)}$$

Keterangan :

t_{hitung} = harga t yang digunakan untuk dibandingkan dengan t_{tabel}

\overline{X}_1 = harga rata-rata nilai skor tinggi

\overline{X}_2 = harga rata-rata nilai skor rendah

n = jumlah item

S_{gab} = varian gabungan skor tinggi dan rendah

Perhitungan validitas item instrumen pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 14.0 for windows, dimana merupakan satu kesatuan dengan perhitungan reliabilitas, sehingga secara terperinci akan dibahas pada bagian pengujian reliabilitas data. Sehingga diperoleh perhitungan sebagai berikut:

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS
VARIABEL KUALITAS PRODUK

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Durability				
1	Ketahanan sosis Badranaya saat disimpan pada suhu tertentu	6.338	2.407	Valid
2	Ketahanan sosis Badranaya saat disimpan pada suhu normal	7.615	2.407	Valid
3	Kemampuan sosis Badranaya bertahan lebih lama dibanding dengan sosis merek lainnya	6.126	2.407	Valid
4	Ketahanan sosis Badranaya melebihi batas waktu yang dijanjikan	4.133	2.407	Valid
Conformance				
5	Kesesuaian daya tahan produk dengan apa yang telah dijanjikan	7.705	2.407	Valid
6	Kelengkapan Nutrisi dengan harapan konsumen	5.667	2.407	Valid
7	Kelengkapan nutrisi dibandingkan sosis merek lainnya	7.810	2.407	Valid
8	Jamianan keamanan mengkonsumsi sosis Badranaya	4.221	2.407	Valid
9	Kebersihan produk dan kemasan	5.739	2.407	Valid
10	Kesesuaian kemasan sosis Badranaya dengan standar pengemasan yang berlaku	6.639	2.407	Valid
Perceived				
11	Persepsi tentang kesesuaian harga dengan daya beli	6.601	2.407	Valid
12	Persepsi kesesuaian harga dengan harga sosis merek lain	7.606	2.407	Valid
13	Persepsi konsumen tentang kualitas sosis	6.433	2.407	Valid
14	Persepsi konsumen tentang kemudahan menyebut nama merek sosis	5.324	2.407	Valid
15	Persepsi konsumen tentang kemudahan mengingat merek Badranaya	5.177	2.407	Valid
16	Persepsi konsumen terhadap keberadaan dan reputasi perusahaan Badranaya	6.596	2.407	Valid
Sensory Characteristik				
17	Kesamaan ukuran panjang sosis	6.307	2.407	Valid
18	Kelengkapan jumlah unit produk dari setiap kemasan	6.759	2.407	Valid
19	Kemenarikan bentuk kemasan	6.059	2.407	Valid
20	Kemenarikan Warna kemasan	6.894	2.407	Valid
21	Keragaman macam produk dan rasa	4.372	2.407	Valid

Sumber : Pengolahan data 2007

Tabel 3.6 dapat diketahui bahwa semua butir pertanyaan pada variabel kualitas produk valid, karena skor r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (2.407). Butir yang

mempunyai validitas tertinggi adalah conformance berdasarkan kekesuaian daya tarik produk berdasarkan apa yang telah dijanjikan sebesar 7.705, sedangkan butir yang memiliki validitas terendah adalah Durability dari segi ketahanan produk melebihi batas waktu yang dijanjikan sebesar 3.7

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS
VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Keputusan Pembelian Berdasarkan Produk				
22	Kemenarikan bentuk dan warna produk	6.625	2.407	Valid
23	Keragaman jenis dan rasa	4.728	2.407	Valid
24	Keragaman berbagai macam ukuran	6.128	2.407	Valid
Keputusan Pembelian Berdasarkan Merek				
25	Kemenarikan nama merek	5.735	2.407	Valid
26	Kemenarikan simbol merek sosis Badranaya (gambar semar)	6.247	2.407	Valid
Keputusan Pembelian Berdasarkan Saluran Pembelian				
27	Keterjangkauan tempat pembelian dengan tempat tinggal	6.530	2.407	Valid
28	Ketudahan dilewati kendaraan umum	6.516	2.407	Valid
29	Ketersediaan alternatif kendaraan umum	5.138	2.407	Valid
30	Kenyamanan tempat pembelian	4.651	2.407	Valid
31	Kelengkapan fasilitas pembayaran	4.643	2.407	Valid
32	Kelengkapan alat untuk membawa produk pembelian	4.830	2.407	Valid
33	Ketersediaan fasilitas parkir	4.277	2.407	Valid
Keputusan Pembelian Berdasarkan Waktu Pembelian				
34	Frekuensi pembelian sosis perminggu	3.973	2.407	Valid
35	Frekuensi pembelian sosis awal bulan	4.160	2.407	Valid
36	Frekuensi pembelian sosis pada hari-hari tertentu	3.927	2.407	Valid
Keputusan Pembelian Berdasarkan Jumlah Pembelian				
37	Jumlah pembelian sesuai kebutuhan	5.446	2.407	Valid
38	Jumlah pembelian melebihi kebutuhan seharusnya	4.640	2.407	Valid
39	Frekuensi pembelian ukuran 1 Kg	3.826	2.407	Valid
40	Frekuensi pembelian ukuran ½ Kg	3.782	2.407	Valid
41	Frekuensi pembelian ¼ Kg	3.810	2.407	Valid
42	Frekuensi Pembelian ukuran isi 6	4.246	2.407	Valid

Sumber : Pengolahan data 2007

Tabel 3.7 dapat diketahui bahwa semua butir pertanyaan pada variabel keputusan pembelian adalah valid, karena skor r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,4407). Butir yang mempunyai validitas tertinggi adalah keputusan berdasarkan saluran pembelian terutama keterjangkauan tempat pembelian sebesar 0,6530, sedangkan butir yang memiliki validitas terendah adalah frekuensi pembelian sosis Badranaya ukuran $\frac{1}{4}$ Kg sebesar 0,3782.

3.8.2 Pengujian Reliabilitas Data

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2002 :145). Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah teknik *split half* (belah dua) dari Spermans Brown, yaitu :

$$r_{11} = \frac{2r_b}{(1 + r_b)} \quad \text{Sugiyono (2004:122)}$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas seluruh Instrumen

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

Penelitian dengan menggunakan pengujian Spermans Brown, mengharuskan butir – butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok yaitu instrumen ganjil dan instrumen genap kemudian skor data tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari

korelasinya (Suharsimi Arikunto, 2002 :156). Rumus korelasi antara belahan pertama dan kedua dari Spermman Brown. sama halnya dengan menghitung korelasi pada saat pengujian validitas data. Keputusan uji realibilitas instrumen berdasarkan ketentuan sebagai berikut :

1. Nilai $r_{item} \geq r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan reliabel dengan tingkat signifikan 5%
2. Nilai $r_{item} < r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel dengan tingkat signifikan 5% .

Perhitungan validitas item instrumen pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 12.0 *for window*. Adapun langkah-langkahnya satu kesatuan dengan ada saat pengujian validitas data, sebagai berikut:

- 1) Memasukkan data variable X dan variable Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data *view*.
- 2) Klik variable view, lalu isi kolom *name* dengan variable-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variable penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
- 3) Kembali ke data *view*, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analyze*
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
- 5) Dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel. 3.8.

TABEL 3.8
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS
VARIABEL KUALITAS PRODUK (X) DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN(Y)

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Durability	6.756	2.407	Reliabel
2	Conformance	7.530	2.407	Reliabel
3	Perceived	7.787	2.407	Reliabel
4	Sensory Characteristik	8.409	2.407	Reliabel
5	Keputusan Pembelian Berdasarkan Produk	6.235	2.407	Reliabel
6	Keputusan Pembelian Berdasarkan Merek	5.597	2.407	Reliabel
7	Keputusan Pembelian Berdasarkan Saluran Pembelian	6.702	2.407	Reliabel
8	Keputusan Pembelian Berdasarkan Waktu Pembelian	4.871	2.407	Reliabel
9	Keputusan Pembelian Berdasarkan Jumlah Pembelian	5.293	2.407	Reliabel

Sumber : Pengolahan data 2007

Berdasarkan tabel 3.8 dapat diketahui, bahwa variabel dapat dikatakan reliabel, karena skor skor r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2407). Nilai Reliabilitas tertinggi dimiliki oleh Sensory characteristic sebesar 0,8409, sedangkan variabel yang memiliki reliabilitas rendah adalah keputusan pembelian berdasarkan waktu pembelian sebesar 0,4871.

Untuk dapat memberikan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi, maka dapat digunakan pedoman seperti yang tertera pada Tabel 3.5 berikut ini.

TABEL 3.9
KLASIFIKASI 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
0,80-1,00	Sangat kuat

Sumber : Suharsimi Arikunto (2002 :157)

3.8.3 Analisis Regresi linier

Sugiyono dan Eriwibowo (2001:190), mengatakan analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variable dependent dapat diprediksikan melalui variable independent, secara individual maupun bersama-sama, yang pada akhirnya digunakan untuk mengambil keputusan, apakah variabel dependent harus ditingkatkan atau diturunkan untuk dapat meningkatkan variable independent. Variabel independen yang dianalisis adalah kualitas produk atau variabel X, sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian untuk selanjutnya disebut variabel Y. Menurut Sugiyono (203;2004) syarat penelitian menggunakan analisis regresi sederhana apabila kedua variabel yang diteliti memiliki hubungan kausal atau fungsional (sebab akibat), dalam penelitian ini secara teoritik variabel kualitas produk memiliki hubungan kausal dengan keputusan pembelian, untuk lebih terperinci dapat dilihat kembali pada bab sebelumnya tentang tinjauan pustaka.

Suharsimi Arikunto (2002:286) mengatakan dalam menggunakan analisis regresi sederhana perlu dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

Langkah-langkah dalam analisis regresi linier adalah :

- 1) Mencari harga yang akan digunakan untuk menghitung koefisien a dan b, yaitu :

$$\sum Xi, \sum yi, \sum Xi \cdot Yi, \sum xi^2, \sum yi^2 \text{ dan,}$$

- 2) Mencari persamaan linier dengan terlebih dahulu mencari harga a dan b, dengan rumus sebagai berikut :

Konstanta a dikenal sebagai istilah titik potong (*intercept*) yang menunjukkan titik pertemuan antara garis kordinat atau disebut juga nilai Y, jika X=0

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \quad (\text{Sugiyono 2004:206})$$

Koefisien b atau lebih dikenal dengan istilah *slope* merupakan garis lurus yang menunjukkan tingkat kemiringan garis lurus tersebut, untuk mencarinya digunakan rumus sebagai berikut:

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \quad (\text{Sugiyono 2004:206})$$

Harga b diasumsikan merupakan fungsi dari koefisien korelasi, jika koefisien korelasi tinggi, maka harga b juga besar, sebaliknya jika koefisien korelasi rendah maka harga b juga rendah, selain itu jika koefisien korelasi negatif maka harganya juga negatif, dan sebaliknya jika koefisien positif maka harga b juga positif, yang berarti variabel kualitas produk (X) dikatakan mempengaruhi keputusan pembelian (Y), jika berubahnya nilai kualitas produk (X) menyebabkan adanya perubahan nilai keputusan pembelian (Y), artinya naik turunnya kualitas produk (X) akan membuat nilai keputusan pembelian (Y) naik turun pula. Dengan demikian nilai keputusan pembelian akan bervariasi, namun variasi nilai keputusan pembelian tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh kualitas produk saja (X), karena masih ada faktor lain yang menyebabkan atau disebut juga faktor residu.

Sehingga diperoleh persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + bx + \epsilon_1$$

Keterangan :

- Y = Keputusan pembelian konsumen konsumen sosis Badranaya
- a = Harga Y, bila $X=0$ (konstan)
- b = Angka arah atau koefesien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependent (keputusan pembelian konsumen sosis Badranaya), yang didasarkan pada variabel independent (kualitas produk sosis Badranaya), jika b positif (+) maka naik, dan jika b (-) maka terjadi penurunan.
- X = Subyek pada variabel kualitas produk yang mempunyai nilai tertentu.
- ε = Variabel residu, yaitu variable lain yang mempengaruhi diluar dua variabel yang diteliti

- 3) Diagram pencar adalah grafik yang terbentuk dari titik-titik dan angka-angka berasal dari dua variabel yang berhubungan dalam hal ini merupakan gambaran secara kasar bahwa pola hubungan variabel Y (keputusan pelanggan) atas variabel X (kualitas produk) merupakan pola hubungan yang linier, maka model hubungan tersebut adalah model regresi linier sederhana dengan persamaa $Y=a+bx+ \varepsilon_i$. Konvariasi antara X dan Y sifatnya searah, dalam arti bahwa apabila X berubah makin besar maka Y pun berubah makin besar, dan apabila X berubah makin kecil, maka Y pun berubah makin kecil. Konvarsi antara kedua variabel itu disebut konvariasi positif, ini mengisyaratkan hubungan positif.
- 4) Uji kelinieran dan keberartian, Menurut Sudjana (2003:17) dapat melalui langkah sebagai berikut:

- a. Menghitung jumlah kuadrat total, JK(T) = $\sum Y^2$
- b. Menghitung varian total untuk koefisien (a) = $\frac{(\sum Y)^2}{n}$
- c. Menghitung JK regresi JK(b/a) = $b \left\{ \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n} \right\}$
= $\frac{n \sum XY - (\sum XY)(\sum Y)^2}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$
- d. JK (S) = JK(T)-JK(a)-JK(b/a)
- e. K (G) = $\sum_{x_i} \left\{ \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n_i} \right\}$
- f. JK (TC) = JK (S) – JK (G)

Perhitungan dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 12.0 *for window*, dengan cara menggunakan analisis varian (ANAVA), dengan ketentuan nilai signifikannya lebih kecil atau sama dengan 0,05 (Singgih Santoso 167:2002)

- 5) Uji Titik terjauh dapat dicari dengan mencari nilai s_{yx} (*Standar error of estimate*) yaitu standar deviasi regresi yang menunjukkan jarak kesalahan estimasi tiap nilai Y (Bambang 147:1984), untuk mencarinya digunakan rumus sebagai berikut:

$$s_{yx} = \sqrt{\frac{\sum Y^2 - a \sum Y - b \sum XY}{n}} \quad (\text{Bambang 145:1984})$$

Keterangan :

s_{yx} = standar deviasi regresi

- n = Jumlah responden
- a = Harga Y, bila X=0 (konstan)
- b = Angka arah atau koefisien regresi

Perhitungan dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 12.0 *for window*, dimana hasilnya akan dilihat pada tabel *Model Summary*, semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variable dependent (Singgih Santoso 167:2002).

3.8.4 Rancangan uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan langkah terakhir analisis data, berupa pengujian hipotesis yang telah dirumuskan dengan menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis regresi linier sederhana. Hipotesis mayor yang diajukan adalah sebagai berikut :“Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian”, untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh antara kualitas produk dengan keputusan pembelian, Sugiyono (2004:292) mengatakan bila n lebih dari 30, maka pengujian signifikansinya sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Sugiyono, 2004:292})$$

Keterangan :

- t = distribusi student
- r = koefisien korelasi *product moment*

r^2 = koefisien determinasi

n = banyak data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan dapat dilihat dari perbandingan antara t_{tabel} dengan t_{hitung} , maka dapat diperoleh :

- 1) $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0: \rho \leq 0$, artinya kualitas produk tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian produk sosis Badranaya.

$H_a: \rho > 0$, artinya kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian produk sosis Badranaya

Penelitian ini menggunakan taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$ serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Menurut Sugiyono (162:2004) uji pihak kanan digunakan jika hipotesis 0 (H_0) berbunyi lebih kecil atau sama dengan dan hipotesis alternatifnya (H_a) lebih besar, hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, sehingga dapat dinyatakan memenuhi persyaratan tersebut. Besarnya pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian dapat dilihat dengan menggunakan rumus :

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2004:147)

Sedangkan keeratan pengaruh antara kedua variable dapat dicari dengan koefisien determinasi $KD = r^2 \times 100\%$ (Bambang Kustitunto, 1984:148).

