

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis pengaruh *design* produk dan penetapan harga terhadap pangsa pasar batik Trusmi Cirebon. Selanjutnya penelitian ini akan meneliti dua variabel inti yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel *independent* dalam penelitian ini adalah *design* produk mengenai bagaimana pengrajin mendesign produk batik Trusmi yang mencakup fitur, mutu kinerja, mutu kesesuaian dan gaya (*Style*) serta penetapan harga mengenai bagaimana harga yang ditetapkan pengrajin untuk produk batik yang dihasilkan yang mencakup faktor biaya, faktor permintaan dan faktor persaingan. Sedangkan variabel terikat atau variabel *dependent* adalah pangsa pasar yang mencakup pangsa pasar relatif.

Penelitian ini dilakukan di daerah penghasil batik Trusmi kecamatan Plered kabupaten Cirebon. Adapun objek yang dijadikan responden, yaitu pengrajin batik Trusmi Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon. Dari objek penelitian ini, maka akan dianalisis mengenai pengaruh *design* produk dan penetapan harga terhadap pangsa pasar batik Trusmi Cirebon.

## 3.2 Metode Penelitian

### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut pendapat Sugiyono (2007:11) yang dimaksud penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran dari variabel penelitian. Melalui jenis penelitian ini maka dapat diperoleh deskripsi mengenai 1) Pemberian *design* batik 2) Penetapan harga 3) Pangsa pasar batik Trusmi.

Sedangkan jenis penelitian verifikatif menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh *design* produk dan penetapan harga terhadap pangsa pasar batik Trusmi Cirebon.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*. Menurut Ker Linger dalam Sugiyono (2007:7), yang dimaksud dengan metode *survey* 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 antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Menurut Sugiyono (2008:11) menyatakan bahwa, “Metode *survey* digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya”.

Menurut Husain Umar (2007:45) mengatakan bahwa:

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun maka metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method*, yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang.

Penelitian yang menggunakan metode 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.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2008:59), yang dimaksud dengan variabel bebas dan variabel terikat yaitu:

Variabel bebas (*independent variable/ predictor variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel terikat (*dependent variable/ criterion variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Berdasarkan objek penelitian yang telah dikemukakan di atas diketahui bahwa variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi *design* produk ( $X_1$ ) dengan indikator fitur, mutu kinerja, mutu kesesuaian dan gaya (*style*) serta penetapan harga ( $X_2$ ) dengan indikator faktor biaya, faktor permintaan dan faktor persaingan.

Dari variabel bebas tersebut dicari bagaimana pengaruhnya terhadap pangsa pasar batik Trusmi sebagai variabel terikat (Y) dengan indikator pangsa pasar relatif.

Variabel X dalam kuesioner menggunakan skala ordinal dan Y menggunakan skala rasio. Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini.

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

Variabel/ Sub variabel	Konsep	indikator	Ukuran	skala	No. item
<i>Design</i> Produk (X <sub>1</sub> )	Terdapat banyak sekali parameter rancangan atau desain produk yang mencakup: bentuk, fitur, mutu kinerja, mutu kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki dan gaya ( <i>Style</i> ). (Kotler, 2005:350).				
			1. Tingkat pertimbangan pengrajin dari keunikan produk	Ordinal	C 1,2,3
		1. Fitur <sup>a)</sup>	2. Tingkat pertimbangan pengrajin dari kekhasan motif dan warna batik Trusmi	Ordinal	C 4,5
			3. Tingkat pertimbangan pengrajin dari keistimewaan motif dan warna dari batik Trusmi	Ordinal	C 6,7
		2.Mutu kinerja <sup>b)</sup>	Tingkat pertimbangan pengrajin dari standar mutu yang baik	Ordinal	C 8,9
		3.Mutu	Tingkat pertimbangan	Ordinal	C

Variabel/ Sub variabel	Konsep	indikator	Ukuran	skala	No. item
		kesesuaian <sup>e)</sup>	pengrajin dari kesesuaian mutu produk dengan standar mutu		10,11, 12
		4. Gaya <sup>d)</sup>	Tingkat pertimbangan pengrajin dari prestise/kebanggaan dari batik Trusmi bagi pengguna	Ordinal	C 13
Penetapan Harga (X <sub>2</sub> )	Banyak faktor yang perlu diperhatikan oleh seorang manager pemasaran ketika ia menetapkan harga untuk produk yang dihasilkan oleh perusahaan, yaitu faktor biaya, permintaan dan persaingan. (Komaruddin Sastradipoera, 2003:143).				
		1. Faktor biaya <sup>e)</sup>	1. Tingkat pertimbangan pengrajin dari perubahan biaya pada volume tertentu	Ordinal	D 14
		2. Faktor permintaan <sup>d)</sup>	1. Tingkat pertimbangan pengrajin atas permintaan produk batik Trusmi	Ordinal	D 15,16
		3. Faktor persaingan <sup>e)</sup>	1. Tingkat pertimbangan pengrajin dengan adanya pesaing yang memproduksi batik dengan <i>design</i> klasik, modern dan kombinasi	Ordinal	D 17,18,1 9
			2. Tingkat pertimbangan	Ordinal	D 20

Variabel/ Sub variabel	Konsep	indikator	Ukuran	skala	No. item
			pengrajin dari kualitas produk pesaing		
			3. Tingkat pertimbangan pengrajin atas keagencaran promosi produk pesaing dengan harga murah dan melalui iklan	Ordinal	D 21,22
			4. Tingkat pertimbangan pengrajin atas teknologi yang digunakan pesaing	Ordinal	D 23
			5. Tingkat pertimbangan pengrajin atas harga pokok produk pesaing	Ordinal	D 24
Pangsa Pasar (Y)	Pangsa pasar yaitu besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh suatu perusahaan yang biasanya dinyatakan dengan persentase. (Sofyan Assauri, 2001:95).				
		Pangsa Pasar Relatif <sup>h)</sup>	$\frac{\text{penjualan yang dicapai oleh perusahaan}}{\text{penjualan total perusahaan}} \times 100\%$	Rasio	E 25,26

Keterangan:

a) berdasarkan keterangan pengrajin batik Trusmi

b) berdasarkan keterangan pengrajin batik Trusmi

c) berdasarkan keterangan pengrajin batik Trusmi

d) berdasarkan keterangan pengrajin batik Trusmi

e) berdasarkan keterangan pengrajin batik Trusmi

f) berdasarkan keterangan pengrajin batik Trusmi

g) berdasarkan keterangan pengrajin batik Trusmi

h) berdasarkan teori tentang pangsa pasar Sofyan Assauri 2001 dalam manajemen pemasaran modern dan Kotler dan Keller 2009 dalam manajemen pemasaran edisi 12 Jilid 1

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Menurut Suharsimi Arikunto (2006:129) menyatakan bahwa, “Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh”. Data dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

Menurut Asep Hermawan (2006:168) mengatakan bahwa:

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi.

Pengertian data primer menurut Uma Sekaran (2006: 60) menyatakan bahwa “Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi”.

“Data sekunder adalah struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain”. (Asep Hermawan, 2006:168). Secara lebih jelasnya mengenai jenis dan sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan meyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut:

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

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Market share industri batik	Primer	CV Batik Badrun Jaya
2	Industri Batik Trusmi	Sekunder	Dinas perindustrian dan perdagangan
3	Volume penjualan batik Trusmi	Primer	Data penjualan Industri Batik Trusmi

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
	Tahun 2006-2008		
4	Jumlah karyawan pada Industri Batik Trusmi	Primer	Industri batik Trusmi
5	Harga batik Trusmi berdasarkan jenis <i>design</i>	Primer	Industri batik Trusmi
6	Pewarna alam dan paduannya pada batik Trusmi	Sekunder	Buku Indonesia indah batik
7	Ragam desain batik Trusmi	Primer	Industri batik Trusmi

Sumber: Berdasarkan hasil pengolahan data 2009

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

#### 3.2.4.1 Populasi

Sugiyono (2008:115) mengemukakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitian yang disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengrajin batik Trusmi Cirebon.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pengrajin batik Trusmi yang berjumlah 21 pengrajin.

### 3.2.4.2 Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi dapat diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Maka peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut dapat mewakili yang lainnya. Pengambilan sebagian subjek dari populasi dinamakan sampel. Sugiyono (2008:116) mengemukakan bahwa "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sedangkan pengertian sampel menurut Asep Hermawan (2006:145) mengemukakan bahwa "Sampel adalah suatu bagian dari populasi". Hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi, dengan demikian sebagian elemen dari populasi merupakan sampel.

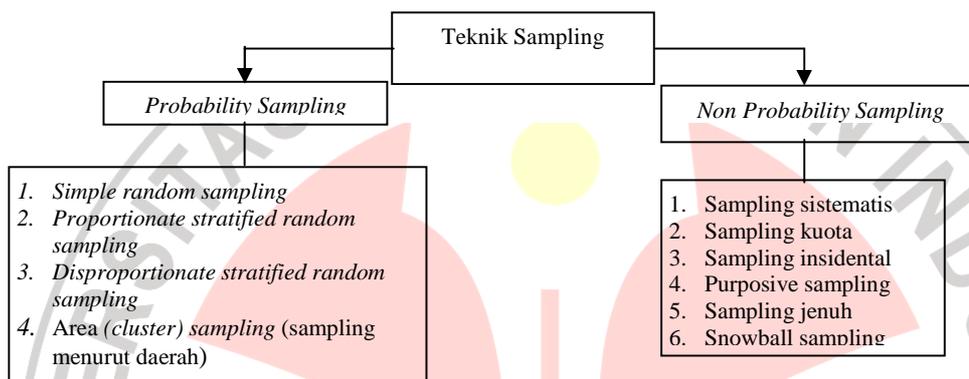
Suharsimi Arikunto (2007:117) menjelaskan bahwa: "Sampel bertujuan dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random, atau daerah tetapi berdasarkan atas adanya tujuan tertentu". Dalam penelitian ini, penulis mengambil semua populasi pengrajin batik Trusmi sebanyak 21 pengrajin untuk dijadikan sebagai sampel.

### 3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, hal ini senada dengan pendapat Sugiyono (2008:116) bahwa teknik sampling adalah "Teknik pengambilan sampel".

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.

Secara skematis, macam-macam teknik sampling dapat dilihat pada Gambar 3.1 di halaman selanjutnya.



Sumber: Sugiyono (2008:117)

**GAMBAR 3.1**  
**MACAM-MACAM TEKNIK SAMPLING**

Berdasarkan gambar tersebut terlihat bahwa, teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Non Probability Sampling*. *Probability Sampling* meliputi, *simple random*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *area random*. Sedangkan *Non Probability Sampling* meliputi, *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling incidental*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, dan *snowball sampling*.

Sugiyono (2008:118) mengemukakan pengertian *probability sampling*, “Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”. Sedangkan “*Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan

peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel". Sugiyono (2008:120).

Berdasarkan sifat penelitian yaitu *deskriptif* dan *verifikatif*, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian populasi karena mengambil sampel dari seluruh populasi atau dinamakan *sampling jenuh*. *Sampling jenuh* menurut Sugiyono (2008:122) adalah sebagai berikut.

*Sampling jenuh* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah *sensus*, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang dipergunakan adalah metode *cross sectional method* (pendekatan silang) dan *time series method*. "*Cross sectional method* adalah salah satu rancangan riset yang terdiri dari pengumpulan informasi mengenai sampel tertentu dari elemen populasi hanya satu kali". (Malhotra, 2004:95-96). Sedangkan "*Time series method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang)". (Husein Umar, 2007:45).

### **3.2.5 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. *Interview* (Wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Wawancara ini dilakukan kepada pengrajin batik Trusmi Cirebon.

2. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2008:199) mengemukakan bahwa, “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Teknik ini dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yaitu pengrajin batik Trusmi Cirebon. Dalam kuesioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator dari variabel  $X_1$  (*Design* Produk) dan  $X_2$  (Penetapan Harga) serta Variabel Y (Pangsa Pasar) yang menggunakan angket terbuka. Kemudian memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternatif jawaban yang dianggap paling tepat.

Langkah-langkah penyusunan kuesioner adalah sebagai berikut:

- a) Menyusun kisi-kisi kuesioner atau daftar pertanyaan.

- b) Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawabannya. Jenis instrumen yang digunakan dalam angket merupakan instrumen yang bersifat tertutup, yaitu seperangkat daftar pertanyaan tertulis dan disertai dengan alternatif jawaban yang disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia.
- c) Menetapkan pemberian skor untuk setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini setiap pendapat responden atas pertanyaan diberi nilai dengan skala ordinal.
3. Observasi, yaitu pengamatan dan peninjauan langsung terhadap objek yang sedang diteliti yaitu pengrajin batik Trusmi Cirebon yang berhubungan dengan masalah yang diteliti khususnya mengenai *Design* Produk dan Penetapan Harga terhadap Pangsa Pasar Batik Trusmi Cirebon.
4. Studi *literature*  
Studi literatur merupakan pengumpulan data dengan cara mempelajari buku guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti dari *Design* Produk, Penetapan Harga dan Pangsa Pasar.

### 3.2.6 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 yaitu valid dan reliabel.

### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:145), yang dimaksud dengan validitas adalah “Suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrument”. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah. Selain itu menurut Kusnendi (2008:94) mengatakan bahwa “Validitas menunjukkan kemampuan instrumen penelitian mengukur dengan tepat atau benar apa yang hendak diukur”.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Sebelum dimasukkan ke dalam rumus ukuran item pertanyaan harus diubah dahulu dari ordinal ke interval dengan menggunakan MSI.

### 1. *Method Of Successive Interval (MSI)*

Karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data menurut Riduwan (2008:30) adalah sebagai berikut:

1. Pertama perhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang disebar.
2. Pada setiap butir ditentukan berapa responden yang mendapat skor 1,2,3,4 dan 5 yang disebut sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi.
4. Tentukan nilai proporsi kumulatif dengan jalan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan perkolom skor.
5. Gunakan Tabel Distribusi Normal, hitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.
6. Tentukan nilai tinggi densitas untuk setiap nilai Z yang diperoleh (dengan menggunakan table Tinggi Densitas).
7. Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus:

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

keterangan: *Scale value* atau Nilai Skala.

8. Tentukan nilai transformasi dengan rumus :  $Y = NS + [1 + |NS_{\min}|]$

Peneliti menggunakan bantuan program *software* SUCC'97 pada *Microsoft office excell* untuk proses pengolahan data MSI tersebut.

Adapun cara untuk menghitung validitas alat ukur digunakan rumus *Pearson*

*Product Moment* yaitu:

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

(Suharsimi Arikunto, 2002:146)

Keterangan :

- r = Koefisien korelasi validitas item yang dicari  
 X = Skor yang diperoleh subjek dari 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 pengrajin batik Trusmi dengan menggunakan taraf kesalahan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pertanyaan tidak valid jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$

Jika instrumen itu valid, maka dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya (r) dengan menggunakan Tabel 3.3 berikut ini.

**TABEL 3.3**  
**KOEFISIEN KORELASI**

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,000	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Cukup tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat rendah (tidak valid)

Sumber: Riduwan (2008:217)

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel *design* produk berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 15 for windows. Menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang bernilai **0,456**. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut ini.

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN**

No. item	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Design Produk</b>				
C1	Keunikan produk dipertimbangkan pengrajin dalam mendesign produk	0,637	0,456	Valid
C2	Proses produksi dipertimbangkan pengrajin dalam mendesign produk	0,574	0,456	Valid
C3	Warna yang dihasilkan dari adanya tingkat kadar air yang tinggi menyebabkan warna batik Trusmi berbeda dengan daerah penghasil batik lainnya dipertimbangkan pengrajin dalam mendesign produk	0,677	0,456	Valid
C4	Kekhasan motif dipertimbangkan pengrajin dalam mendesign produk	0,690	0,456	Valid
C5	Kekhasan warna batik dipertimbangkan pengrajin dalam mendesign produk	0,658	0,456	Valid
C6	Keistimewaan motif dipertimbangkan pengrajin dalam mendesign produk	0,767	0,456	Valid
C7	Keistimewaan dari segi warna batik dipertimbangkan pengrajin dalam mendesign produk	0,856	0,456	Valid
C8	Tingkat pertimbangan pengrajin dalam memproduksi produk sesuai dengan standar suatu produk yang baik	0,727	0,456	Valid
C9	Pertimbangan pengrajin dalam tingkat keamanan	0,884	0,456	Valid

No. item	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
	memproduksi batik telah memenuhi standar produksi dengan baik			
C10	Dalam mendesain produk pengrajin memperhatikan kenyamanan suatu produk	0,759	0,456	Valid
C11	Kesesuaian bahan dengan keinginan pasar diperhatikan pengrajin dalam mendesign produk	0,635	0,456	Valid
C12	Kesesuaian motif batik dengan selera konsumen dipertimbangkan pengrajin dalam mendesign produk	0,767	0,456	Valid
C13	Gaya / <i>style</i> batik trusmi yang dirancang pengrajin memperhatikan prestise atau kebanggaan bagi pengguna	0,559	0,456	Valid
<b>Penetapan Harga</b>				
D14	Tingkat pertimbangan pengrajin atas perubahan biaya yang diakibatkan oleh volume produksi	0,542	0,456	Valid
D15	Tingkat pertimbangan pengrajin tentang sensitifitas permintaan yang diakibatkan kenaikan harga	0,554	0,456	Valid
D16	Tingkat pertimbangan pengrajin tentang sensitifitas permintaan yang diakibatkan penurunan harga	0,511	0,456	Valid
D17	Jumlah pesaing yang memproduksi <i>design</i> batik klasik diperhatikan pengrajin dalam menetapkan harga	0,785	0,456	Valid
D18	Jumlah pesaing yang memproduksi <i>design</i> batik modern diperhatikan pengrajin dalam menetapkan harga	0,623	0,456	Valid
D19	Jumlah pesaing memproduksi <i>design</i> batik kombinasi diperhatikan pengrajin dalam menetapkan harga	0,687	0,456	Valid
D20	Kualitas batik yang dihasilkan pesaing dipertimbangkan pengrajin dalam menetapkan harga	0,591	0,456	Valid
D21	Tingkat promosi harga murah oleh pesaing dipertimbangkan pengrajin dalam menetapkan harga	0,698	0,456	Valid
D22	Promosi yang dilakukan pesaing dengan membuat iklan dipertimbangkan pengrajin dalam menetapkan harga	0,545	0,456	Valid
D23	Tingkat kecanggihan teknologi yang digunakan pesaing diperhatikan pengrajin dalam menetapkan harga	0,496	0,456	Valid
D24	Harga pokok produk pesaing dipertimbangkan pengrajin dalam menetaokan harga	0,699	0,456	Valid

Sumber: Pengolahan Data 2009

Berdasarkan Tabel 3.4 pada instrumen variabel *design* produk dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi mutu kinerja dengan item pertanyaan pertimbangan pengrajin dalam tingkat keamanan memproduksi batik

telah memenuhi standar produksi dengan baik yang bernilai 0,884 maka dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya sangat tinggi. Sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi gaya dengan item pertanyaan gaya / *style* batik trusmi yang dirancang pengrajin memperhatikan prestise atau kebanggaan bagi pengguna yang bernilai 0,559 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya rendah.

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel penetapan harga berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 15 *for windows*. Menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang bernilai **0,456**. Pada instrumen variabel penetapan harga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi faktor persaingan dengan item jumlah pesaing yang memproduksi *design* batik klasik diperhatikan pengrajin dalam menetapkan harga yang bernilai 0,785 maka dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya tinggi. Nilai terendah terdapat pada dimensi faktor permintaan dengan item pertanyaan tingkat pertimbangan pengrajin tentang sensitifitas permintaan yang diakibatkan penurunan harga yang bernilai 0,511 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya cukup tinggi.

### **3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas**

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen

tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Menurut Kusnendi (2008:94) menyatakan bahwa reliabilitas menunjukkan keajegan, kemantapan atau kekonsistenan suatu instrument penelitian mengukur apa yang diukur.

Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor antara 1-5 untuk sampel biasa dapat digunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

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

Di mana:

$r_{11}$  : reliabilitas instrumen

$k$  : banyak butir pertanyaan

$s_t^2$  : deviasi standar total

$\sum s_b^2$  : jumlah deviasi standar butir

Jumlah varian butir ditetapkan dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan seperti yang dipaparkan berikut ini. Rumus deviasi standar yang digunakan adalah sebagai berikut

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum X_t^2 - \frac{(\sum X_t)^2}{n}}{n}$$

$\sigma_t^2$  = Harga varian total

$\Sigma X_t^2$  = Jumlah kuadrat skor total

$(\Sigma X_t)^2$  = Jumlah skor total di kuadratkan

n = Banyaknya responden (Suharsimi Arikunto, 2002:110)

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.

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 15.0 *for windows* diketahui bahwa semua variabel reliabel. Hal ini disebabkan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$  yang bernilai **0,456**.

Variabel yang akan diujikan tingkat validitas dan reliabilitasnya ialah *Design Produk* dan *Penetapan Harga* sebagai variabel *independent* (X). Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 3.5 berikut ini.

**TABEL 3.5**  
**HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No	VARIABEL	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	KETERANGAN
1.	<i>Design produk</i>	0,917	0,456	Reliabel
2.	Penetapan harga	0,834	0,456	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data 2009

### 3.2.7 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, digunakan dua 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. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *design* produk dan penetapan harga terhadap pangsa pasar batik Trusmi. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Menyeleksi data 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. Salah satu persyaratan dalam menggunakan skala ordinal adalah peringkat jawaban diberikan skor antara 1 sampai dengan 5. Setiap variabel yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan ke dalam lima

alternatif jawaban (*numerical scale*), di mana setiap *option* terdiri dari lima kriteria skor sebagai berikut:

**TABEL 3.6**  
**SKOR ALTERNATIF JAWABAN**

Alternatif Jawaban	Sangat Tinggi	Tinggi	Cukup tinggi	Tidak Tinggi	Sangat Tidak Tinggi
Positif	5	4	3	2	1

Sumber: Modifikasi dari Uma Sekaran (2006: 51)

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

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)

### 3.2.7.1 Analisis 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 signifikansinya (Sugiyono, 2008:207).

Melalui analisis deskriptif, maka dapat diketahui:

1. Analisis deskriptif pengrajin dalam mendesign produk batik Trusmi Cirebon.
2. Analisis deskriptif pengrajin dalam menetapkan harga batik Trusmi Cirebon.
3. Analisis deskriptif mengenai pangsa pasar batik Trusmi Cirebon.

### 3.2.7.2 Analisis Verifikatif Menggunakan *Path Analysis*

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Setiap pendapat responden atas pertanyaan dalam angket penelitian ini diberi nilai dengan skala ordinal (Likert) dimana setiap jawaban mempunyai gradasi atau tingkatan dan diberi skor dari yang tertinggi sampai terendah.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Menurut Gall, Gall dan Borg (2003:347) menjelaskan bahwa, "*Path analysis is method for testing the validity of the theory about relationships between three or more variables that have been studied using correlational research design*". Selain itu Schumaker

dan Lomax mengemukakan bahwa, "Path analysis as a method for studying direct and indirect effect of variables." Berdasarkan pernyataan di atas, dalam model analisis jalur yang dianalisis adalah hubungan sebab akibat dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel penyebab terhadap variabel akibat.

Kusnendi (2008:146) dapat menyimpulkan bahwa:

Analisis jalur adalah metode analisis data multivariat dependensi yang digunakan untuk menguji hipotesis hubungan asimetris yang dibangun atas dasar kajian teori tertentu, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel penyebab terhadap variabel akibat yang dapat diobservasi secara langsung.

Dalam memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval, untuk itu karena penelitian ini menggunakan data ordinal maka terlebih dahulu harus ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval*. Peneliti menggunakan bantuan program *software SUCC'97* pada *Microsoft Office Excel* untuk proses pengolahan data MSI tersebut. Setelah ditransformasi data tersebut dapat diolah menggunakan metode analisis jalur.

### **1. Method Of Successive Interval (MSI)**

### **2. Path Analysis (Analisis Jalur)**

Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh *design* produk dan penetapan harga terhadap pangsa pasar batik Trusmi Cirebon maka dilakukan analisis jalur (*Path Analysis*). Untuk memenuhi persyaratan digunakannya metode

analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval, untuk itu karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval.

Penelitian ini penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

1. *Design* produk berpengaruh positif terhadap pangsa pasar batik Trusmi.
2. Penetapan harga berpengaruh positif terhadap pangsa pasar batik Trusmi.
3. *Design* produk dan penetapan harga berpengaruh positif terhadap pangsa pasar batik Trusmi secara simultan.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggambar struktur hipotesis di bawah ini.

**Hipotesis I :**

*Design* produk berpengaruh terhadap pangsa pasar batik Trusmi.

Hipotesis I digambarkan dalam sebuah struktur seperti pada Gambar 3.2.



**GAMBAR 3.2**  
**STRUKTUR HUBUNGAN ANTARA  $X_1$  dan Y**

**Keterangan :**

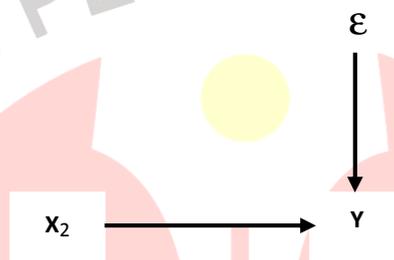
- $X_1$  : *Design* Produk  
 Y : Pangsa Pasar  
 $\epsilon$  : Residu  
 —→ : Hubungan Kausalitas

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa pangsa pasar batik Trusmi dipengaruhi oleh *design* produk.

### Hipotesis II :

Penetapan harga berpengaruh terhadap pangsa pasar batik Trusmi.

Hipotesis II digambarkan dalam sebuah struktur seperti pada Gambar 3.3.



**GAMBAR 3.3**  
**STRUKTUR HUBUNGAN ANTARA  $X_2$  dan  $Y$**

### Keterangan :

- $X_2$  : Penetapan Harga
- $Y$  : Pangsa Pasar
- $\epsilon$  : Residu
- : Hubungan Kausalitas

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa pangsa pasar batik Trusmi dipengaruhi oleh penetapan harga yang dilakukan pengrajin batik Trusmi.

### Hipotesis III :

*Design* produk dan penetapan harga berpengaruh terhadap pangsa pasar batik Trusmi.

Hipotesis III digambarkan dalam sebuah struktur seperti terlihat pada Gambar

3.4.



**GAMBAR 3.4**  
**STRUKTUR KAUSAL ANTARA  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $Y$**

**Keterangan :** $X_1$  : *Design* Produk $X_2$  : Penetapan Harga

Y : Pangsa Pasar

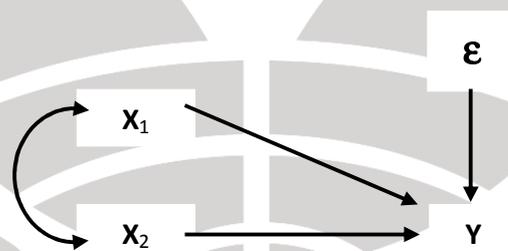
 $\varepsilon$  : Residu

—→ : Hubungan Kausalitas

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa pangsa pasar batik Trusmi dipengaruhi oleh *design* produk dan penetapan harga.

Struktur hubungan *design* produk, penetapan harga dan pangsa pasar melalui analisis jalur dengan hipotesis III yaitu terdapat pengaruh dan simultan antara hubungan *design* produk dan penetapan harga terhadap pangsa pasar.

Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara *design* produk, penetapan harga dan pangsa pasar yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan  $\varepsilon$  namun pada penelitian ini yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel *dependent*, penjelasannya dapat dilihat pada Gambar 3.5.



**GAMBAR 3.5**  
**DIAGRAM JALUR HIPOTESIS III**

- a. Menghitung matriks korelasi antar variabel

$$R_1 = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 \\ 1 & r_{X_1X_2} \\ & & 1 \end{pmatrix}$$

b. Menghitung matrik invers korelasi antar variabel

$$R_1^{-1} = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 \\ C_{1.1} & C_{2.2} \\ & C_{2.1} \end{bmatrix}$$

c. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus:

$$P_{yxj} = R^{-1} R_{yxj}$$

$$\begin{bmatrix} P_{yx1} \\ P_{yx2} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} r_{x1x1} & r_{x1x2} \\ & r_{x2x2} \end{bmatrix}^{-1} \begin{bmatrix} r_{yx1} \\ r_{yx2} \end{bmatrix}$$

d. Hitung  $R^2_{Y(X_1, X_2)}$  yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total  $X_1, X_2$

terhadap Y dengan rumus:

$$R^2_{Y(X_1, X_2)} = [\rho_{yx1} \quad \rho_{yx2}] \begin{bmatrix} r_{yx1} \\ r_{yx2} \end{bmatrix}$$

e. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

**Pengaruh ( $X_1$ ) terhadap Y:**

Pengaruh langsung =  $PYX_1 \cdot PYX_1$

Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_2$ ) =  $PYX_1 \cdot r_{X_1 X_2} \cdot PYX_2$  +

Pengaruh total ( $X_1$ ) terhadap Y = .....

**Pengaruh (X<sub>2</sub>) terhadap (Y)**

Pengaruh langsung	= $PYX_2 \cdot PYX_2$
Pengaruh tidak langsung melalui (X <sub>1</sub> )	= $\frac{PYX_2 \cdot r_{X_2X_1} \cdot PYX_1}{\dots}$ +
Pengaruh total (X <sub>2</sub> ) terhadap Y	= .....

- h. Menghitung pengaruh variabel lain ( $\varepsilon$ ) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{Y\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X1.1.X1.2,\dots,X1.3)}}$$

Keputusan penerimaan atau penolakan Ho

Rumusan Hipotesis operasional:

$$H_0: PYX1 = PYX2 = PYX3 = 0$$

Hi: sekurang-kurangnya ada sebuah  $PYXi \neq 0, i = 1, 2, 3,$

- i. Statistik uji simultan yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n - k - 1) R^2_{Y(X1X2)}}{k(1 - R^2_{Y(X1X2)})}$$

Dari hasil pengujian untuk uji F melalui program SPSS 15.0 (Tabel Anova) diperoleh data pengujian keseluruhan, apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka Ho ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t_i = \frac{P_{yxi}}{\sqrt{\frac{(1-R^2)CR_{ii}}{n-k-1}}}$$

t mengikuti distribusi t-Student dengan derajat kebebasan n-k-1.

Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$

Terima  $H_0$  jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

### 3.2.8 Rancangan Uji Hipotesis

Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan di uji dengan mendeskripsikan hasil analisis jalur. Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2006:188) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
- 2) Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

Rumus uji t yang digunakan dengan taraf kesalahan sebesar 5% adalah sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} ; dk = n-2 \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2005:157})$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi validitas

n = Jumlah sampel

Secara statistik hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan  $dk (n-2)$  serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Kriteria penerimaan atau penolakan sub hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

1.  $H_0 : \rho \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif antara *design* produk terhadap pangsa pasar batik Trusmi secara parsial.

$H_0 : \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh positif antara *design* produk terhadap pangsa pasar batik Trusmi secara parsial.

2.  $H_0 : \rho \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif antara penetapan harga terhadap pangsa pasar batik Trusmi secara parsial.

$H_0 : \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh positif antara penetapan harga terhadap pangsa pasar batik Trusmi secara parsial.

3.  $H_0 : \rho \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif antara *design* produk dan penetapan harga terhadap pangsa pasar batik Trusmi secara simultan.

$H_0 : \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh positif antara *design* produk dan penetapan harga terhadap pangsa pasar batik Trusmi secara simultan.

Selanjutnya untuk mengetahui koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y maka digunakan klasifikasi koefisien korelasi yang disajikan pada Tabel 3.8 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 (2007:214)

Selanjutnya untuk menafsirkan bagaimana pengaruh *design* produk dan penetapan harga terhadap pangsa pasar batik Trsumi Cirebon digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu 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. Sehingga dibuat pedoman interpretasi koefisien penentu dalam Tabel 3.9 sebagai berikut.

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

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0-19.99%	Sangat lemah
20%-39.99%	Lemah
40%-59.99%	Sedang
60%-79.99%	Kuat
80%-100%	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2007:214)

