

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebuah produk baru berupa *cake* olahan dari buah alpukat yang diberi nama *Avocado Mocha Cream Cake*. Dari produk tersebut diharapkan dapat diketahui kualitas produk dan daya terima konsumen.

Sedangkan yang menjadi subjek penelitian yaitu responden/konsumen yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana produk *Avocado Mocha Cream Cake* diterima di masyarakat. Keseluruhan responden berjumlah 100 orang yang dibagi ke dalam kelompok bapak-bapak, ibu-ibu, mahasiswa Manajemen Industri Katering, mahasiswa di luar Manajemen Industri Katering dan remaja. Responden tersebut merupakan masyarakat yang bertempat tinggal di daerah Jalan Cisaranten Kulon-Arcamanik, siswa-siswi dan staf pengajar SMK Buana Karya, dan mahasiswa di sekitar Universitas Pendidikan Indonesia.

3.2 Metode Penelitian

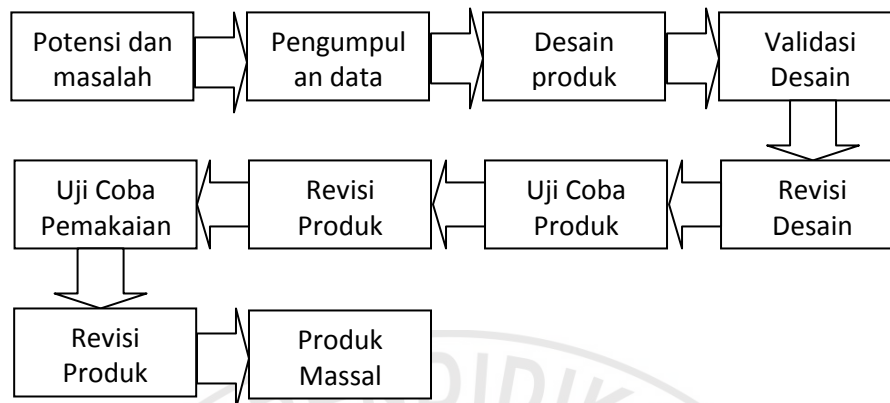
Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara

sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki (Sugiyono, 2009:54).

Menurut Sugiyono (2010), metode kuantitatif dinamakan metode tradisional karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

3.2.1 Prosedur Penelitian *Research & Development* (R&D)

Sugiyono (2010:297), mengemukakan bahwa *Research & Development* (R&D) adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut. Untuk dapat menghasilkan produk tertentu digunakan penelitian yang bersifat analisis kebutuhan dan untuk menguji keefektifan produk tersebut supaya dapat berfungsi di masyarakat luas, maka diperlukan penelitian untuk menguji keefektifan produk tersebut. Berikut adalah langkah-langkah gambar penelitian dan pengembangan:



Gambar 3.1
Langkah-langkah penggunaan Metode Research & Development
(Sugiyono, 2010:298)

3.2.2 Tahap I *Kitchen Project*

Pada tahap I ini penguji melakukan penelitian eksperimental secara manual yang dilakukan kepada beberapa panelis yang terpilih berdasarkan aspek tampilan total, rasa, warna, tekstur dan favorit yang bertujuan mengetahui kualitas produk.

3.2.3 Tahap Daya Terima Konsumen

Pengolahan terhadap cita rasa untuk menunjukkan penerimaan konsumen terhadap suatu bahan makanan umumnya dilakukan dengan alat indera manusia. Bahan makanan akan diujicobakan kepada beberapa orang panelis pencicip. Masing-masing panelis akan memberi nilai terhadap cita rasa bahan tersebut. Jumlah nilai dari para panelis akan menentukan mutu atau penerimaan terhadap bahan yang diuji.

Pada tahap ini, peneliti menggunakan pengumpulan data menggunakan metode kuantitatif yaitu dengan memberikan kuesioner kepada konsumen

Novi Riani Rusman, 2012

Pengaruh Jenis Dan Konsestrasi Alpukat Berdasarkan Kualitas Produk Dan Harga Berharap Daya Terima Konsumen (Survei Kepada Produk Avocado Mocha Cream Cake)

Unipersitas Pendidikan Indonesia

| Repository.upi.edu

mengenai kualitas produk *Avocado Mocha Cream Cake*, harga dan daya terima konsumen.

3.2.4 Perhitungan Aspek Pendirian Usaha

Pada tahap perhitungan aspek pendirian usaha, hal-hal yang dilakukan antara lain:

1. Mendeskripsikan standar resep dari produk yang akan dijual.
2. Menganalisis usaha. Analisis usaha yang dihitung, yaitu:
 - a. Biaya investasi
 - b. Biaya operasional per bulan, meliputi:
 1. Biaya tetap
 2. Biaya variabel
 - c. Perhitungan *Net Present Value* (NPV), *Net Benefit Cost Ratio* (Net B/C Ratio) dan *Break Event Point* (BEP).

3.3 Definisi Operasional Variabel

Menurut Chourman (2008), operasional variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantive dari suatu konsep. Tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasionalnya alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang ditelitinya.

Adapun variabel yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu kualitas produk pada *Avocado Mocha Cream Cake* yang dipengaruhi oleh jenis dan konsentrasi alpukat sebagai variabel bebas/*independent* (X_1), yang kemudian dipengaruhi pula oleh harga (X_2) dan uji daya terima konsumen sebagai variabel terikat/*dependent* (Y).

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala
Kualitas Produk (X_1)	Arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Kotler and Armstrong 2004, p.283).	Persepsi konsumen tentang kualitas produk dalam hal ini produk jenis makanan, terdiri dari: 1. Warna 2. Penampilan 3. Porsi 4. Bentuk 5. Temperature 6. Tekstur 7. Aroma 8. Tingkat kematangan 9. Rasa	Warna - Warna terlihat menarik Penampilan - Penampilan fisik Porsi - Kesesuaian porsi/ukuran cake Bentuk - Kesesuaian bentuk cake Temperature - Kesesuaian suhu penyimpanan cake Tekstur - Kelembutan cake Aroma - Kekhasan aroma Tingkat Kematangan - Tingkat kematangan yang pas Rasa - Terasa enak/lezat saat dicicipi	Ordinal
Harga (X_2)	"A price represents the value of a goods or service for both the seller and the buyer" dengan kata lain adalah sesuatu yang dirasakan oleh penjual bahwa itu cukup berharga dalam bentuk uang kepada pembeli (Kotler1994.p.474).	Persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan perusahaan berdasarkan kualitas produk yang dihasilkan.	1. Tingkat kesesuaian harga - Harga sesuai dengan kualitas produk yang akan ditawarkan kepada konsumen 2. Tingkat ketertarikan harga - Harga yang ditawarkan dapat menarik konsumen untuk membeli produk.	Ordinal
Daya Terima Konsumen (Y)	Daya terima konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu pengalaman atau <i>feature</i> dari pengalaman yang dicirikan oleh adanya	Penerimaan menyangkut penilaian seseorang akan suatu sifat atau kualitas suatu	1. <i>Acceptabilitas</i> (kesukaan atas suatu produk) - Penilaian kesukaan konsumen atas produk yang ditawarkan berdasarkan:	Ordinal

Novi Riani Rusman, 2012

Pengaruh Jenis Dan Konsestrasi Alpukat Berdasarkan Kualitas Produk Dan Harga Berharap Daya Terima Konsumen (Survei Kepada Produk Avocado Mocha Cream Cake)

Unipersitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

	sikap positif terhadap suatu bahan atau produk pangan, dan/atau penggunaan <i>actual</i> (dengan membeli atau mengkonsumsi) suatu bahan atau produk pangan oleh konsumen Ressureccion (1998).	bahan yang menyebabkan orang menyenangi.	a. Penampilan b. Rasa c. Warna d. Aroma e. Tekstur	
--	---	--	--	--

Sumber: Data Diolah, 2012

3.4 Populasi dan Sampel

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. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2011:61-62). Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat sebagai responden. Masyarakat di sini terbagi ke dalam kelompok bapak-bapak, ibu-ibu, mahasiswa dan remaja.

Untuk teknik penarikan sampel, peneliti menggunakan teknik sampling *purposive* dan teknik sampling *insidental*. Teknik sampling *purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik sampling ini digunakan pada saat peneliti melakukan pra penelitian tentang kualitas produk pada *Avocado Mocha Cream Cake*. Peneliti menggunakan orang yang mengetahui/ahli di bidang *cake* sebagai sampel sumber data. Panelis yang dijadikan sampel antara lain yang berprofesi di bidang akademis, praktisi, *pastry chef*, dan sebagainya sebanyak 15 orang. Sedangkan teknik sampling *insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel,

Novi Riani Rusman, 2012

Pengaruh Jenis Dan Konsestrasi Alpukat Berdasarkan Kualitas Produk Dan Harga Berharap Daya Terima Konsumen (Survei Kepada Produk Avocado Mocha Cream Cake)
 Unipersitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu

bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Peneliti menggunakan teknik sampling ini pada penelitian uji daya terima konsumen. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang yang dibagi ke dalam berbagai kelompok, antara lain remaja, ibu-ibu, bapak-bapak, mahasiswa program studi Manajemen Industri Katering dan mahasiswa di luar program studi Manajemen Industri Katering.

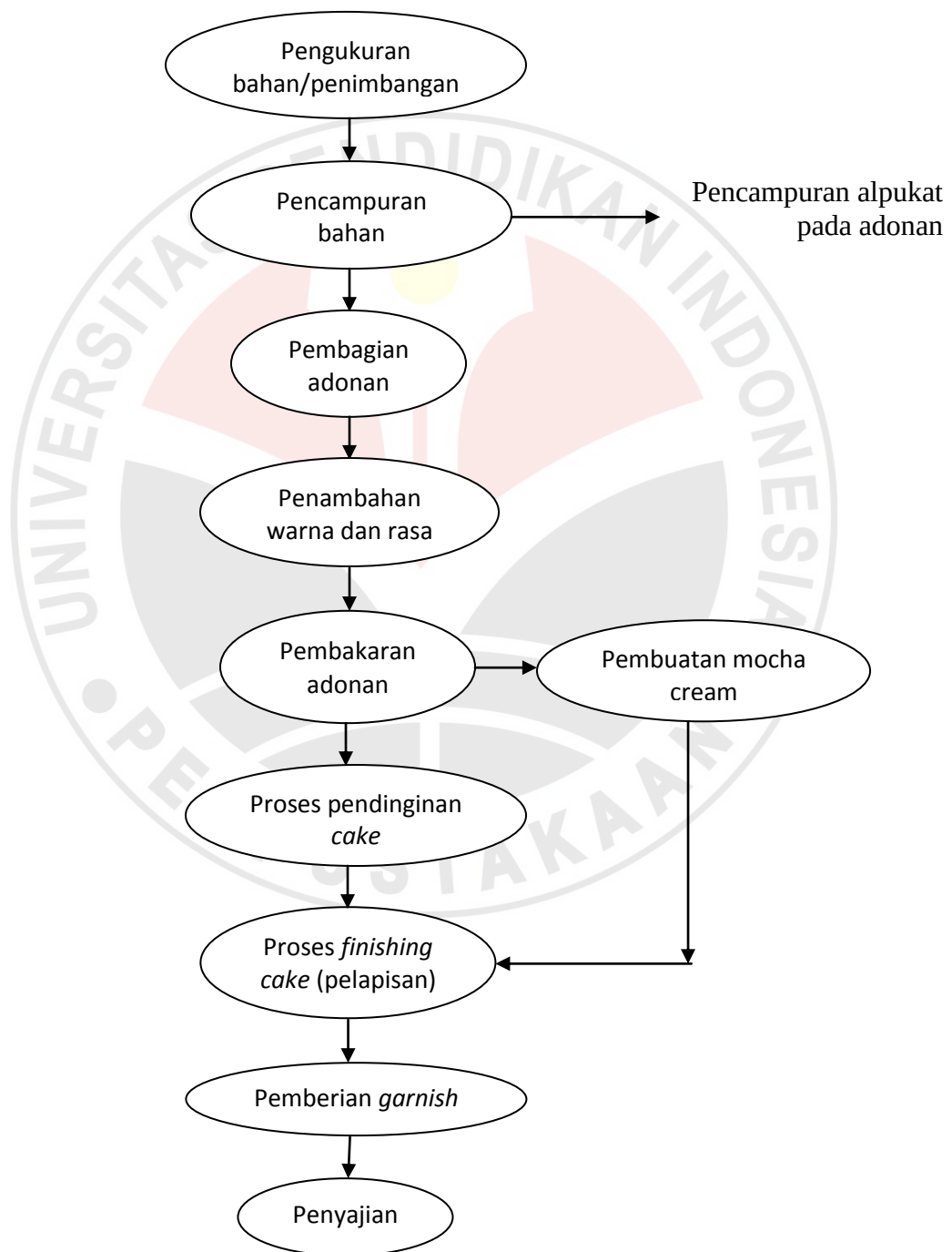
3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik dan alat pengumpulan data dilakukan dengan cara:

1. Memberikan kuesioner pada konsumen. Kuesioner ini dimaksudkan untuk menganalisis uji terima konsumen atas produk yang diteliti.
2. Melakukan observasi pada produk yang diproduksi. Observasi ini dimaksudkan untuk mengetahui jenis alpukat yang berkualitas baik untuk proses produksi, mengetahui konsentrasi alpukat yang diminati konsumen.
3. Melakukan dokumentasi. Hal ini dilakukan sebagai alat bukti agar penelitian yang dilakukan tidak diragukan kebenarannya.
4. Riset Kepustakaan. Penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan teori yang mendukung masalah dalam penulisan skripsi.

3.6 Rancangan Pembuatan Produk

Rancangan pembuatan produk yang akan dilakukan sebagai langkah penelitian adalah sebagai berikut:



Sumber: Data Diolah, 2012

Gambar 3.2 Rancangan Pembuatan Produk

Novi Riani Rusman, 2012

Pengaruh Jenis Dan Konsentrasi Alpukat Berdasarkan Kualitas Produk Dan Harga Berharap Daya Terima Konsumen (Survei Kepada Produk Avocado Mocha Cream Cake)

Unipersitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Penelitian yang baik akan melalui serangkaian pengukuran instrumen penelitian. Sebelum dianalisis, data hasil penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya untuk menguji apakah alat yang digunakan berupa butir item pernyataan yang diajukan kepada responden telah mengukur secara cermat dan tepat dengan apa yang ingin diukur pada penelitian ini. Selain itu, tujuan analisis data juga agar hasil penelitian tidak bias dan tidak diragukan kebenarannya.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Arikunto (2006:168) bahwa validitas adalah suatu alat untuk menunjukkan seberapa jauh alat ukur itu mengukur apa sebenarnya yang diukur. Yang dimaksud validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan keterpercayaan suatu instrument. Suatu instrument yang valid mempunyai tingkat validitas yang tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang atau rendah berarti memiliki validitas yang rendah. Uji validitas angket dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang disebar kepada responden. Dalam uji validitas ini digunakan teknik korelasi *Product Moment* dengan rumus :

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

(Suharsimi Arikunto, 2006:170)

Keterangan:

r = menunjukkan indeks korelasi antara item dengan total seluruh item

X = skor masing-masing item

Y = skor total seluruh item

N = banyaknya responden

Diketahui r_{tabel} untuk validasi data adalah 0,284 yang merupakan titik kritis untuk mengetahui valid atau tidaknya data yang diperoleh.

Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	Nilai Kritis	Keterangan
Item 1	0,594	0,284	valid
Item 2	0,425	0,284	valid
Item 3	0,598	0,284	valid
Item 4	0,299	0,284	valid
Item 5	0,446	0,284	valid
Item 6	0,481	0,284	valid
Item 7	0,360	0,284	valid
Item 8	0,289	0,284	valid
Item 9	0,374	0,284	valid

Sumber: Data Diolah, Oktober 2012

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	Nilai Kritis	Keterangan
Item 1	0,469	0,284	valid
Item 2	0,578	0,284	valid

Sumber: Data Diolah, Oktober 2012

Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Daya Terima Konsumen

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	Nilai Kritis	Keterangan
Item 1	0,555	0,284	valid
Item 2	0,668	0,284	valid
Item 3	0,708	0,284	valid
Item 4	0,602	0,284	valid
Item 5	0,497	0,284	valid

Sumber: Data Diolah, Oktober 2012

Novi Riani Rusman, 2012

Pengaruh Jenis Dan Konsestrasi Alpukat Berdasarkan Kualitas Produk Dan Harga Berharap Daya Terima Konsumen (Survei Kepada Produk Avocado Mocha Cream Cake)

Unipersitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Berdasarkan Tabel 3.2 hingga Tabel 3.4 di atas, dapat dilihat nilai r_{hitung} setiap item pernyataan lebih besar sama dengan dari nilai kritis. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa setiap item pernyataan dan pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner pada ketiga variabel dapat dikatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian serta dapat diikutsertakan pada analisis selanjutnya karena setiap item pernyataan memiliki r_{hitung} lebih besar sama dengan dari nilai kritis yang ditentukan.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik (Arikunto, 2006:178). Uji realibilitas bertujuan untuk mengetahui ketepatan nilai kuesioner, artinya instrumen penelitian bila diujikan pada kelompok yang sama walaupun pada waktu yang berbeda hasilnya akan sama.

Untuk menghitung uji reliabilitas rumus yang digunakan adalah rumus *Koefisien Alpha Cronbach* sebagai berikut:

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

(Arikunto, 2006: 196)

Keterangan r_{11} = reliabilitas instrumen
 k = banyak butir pernyataan atau banyaknya soal
 $\sum \sigma_n^2$ = Jumlah *varians* butir
 σ_t^2 = *varians* total

Novi Riani Rusman, 2012

Pengaruh Jenis Dan Konsestrasi Alpukat Berdasarkan Kualitas Produk Dan Harga Berharap Daya Terima Konsumen (Survei Kepada Produk Avocado Mocha Cream Cake)
 Unipersitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu

Jika $r_{hitung} \geq 0,284$, maka item pernyataan reliabel.

Jika $r_{hitung} < 0,284$, maka item pernyataan tidak reliabel.

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Reliabilitas Kualitas Produk, Harga dan Daya Terima
Konsumen

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Nilai r_{hitung}	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Produk	9	0,796	0,284	Reliabel
Harga	2	0,819	0,284	Reliabel
Daya Terima Konsumen	5	0,569	0,284	Reliabel

Sumber: Data Diolah, Oktober 2012

Tabel 3.6 menunjukkan bahwa ketiga variabel dinyatakan reliabel karena dari seluruh variabel mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar sama dengan nilai kritis.

Dilihat dari pengujian instrument di atas, maka dapat disimpulkan bahwa instrument valid dan reliabel.

3.7.3 Analisis Korelasi Ganda

Analisis korelasi dilakukan setelah data terkumpul seluruhnya. Tujuan dari analisis korelasi adalah untuk mencari hubungan antar variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen, yaitu kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) dan satu variabel dependen yaitu daya terima konsumen (Y) sehingga analisis korelasi yang digunakan adalah korelasi ganda. Menurut Sugiyono (2011:231) korelasi ganda (*multiple correlation*) merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel independen secara bersama-sama atau lenih dengan satu variabel dependen.

Korelasi ganda merupakan hubungan secara bersama-sama antara variabel kualitas produk dan harga dengan daya terima konsumen. Dalam menentukan korelasi ganda, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$R_{y.X_1X_2} = \sqrt{\frac{r_{yx1}^2 + r_{yx2}^2 - 2r_{yx1} r_{yx2} r_{x1x2}}{1 - r_{x1x2}^2}} \quad (\text{Sugiyono 2011: 233})$$

Keterangan :

$R_{y.X_1X_2}$ = Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

r_{yx1} = Korelasi product moment antara X_1 dengan Y

r_{yx2} = Korelasi product moment antara X_2 dengan Y

r_{x1x2} = Korelasi product moment X_1 dengan X_2

3.7.4 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan cara untuk mengukur ketepatan suatu garis regresi. Pengaruh secara simultan variabel X terhadap Y dapat dihitung dengan koefisien determinasi secara simultan. Pengaruh secara simultan variabel (X) terhadap (Y) dapat di hitung dengan koefisien determinasi secara simultan melalui rumus berikut :

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y + b_4 \sum X_4 Y + b_5 \sum X_5 Y}{\sum Y^2} \quad (\text{Sudjana 1996 : 368})$$

Nilai berkisar antara 0 dan 1 ($0 < R < 1$), dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika R^2 semakin mendekati angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat semakin erat atau dapat dikatakan bahwa model tersebut dinilai baik.
- b. Jika R^2 semakin menjauhi angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat jauh atau tidak erat, sehingga model tersebut dapat dikatakan kurang baik.

3.7.5 Analisis Regresi Ganda

Analisis regresi ganda dimaksudkan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono 2011:275).

Dalam analisis regresi ganda ini variabel independennya adalah kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) dengan variabel dependennya yaitu daya terima konsumen (Y). Persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

(Sugiyono, 2011:275)

Keterangan :

- | | | |
|------------|---|--|
| Y | = | Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan |
| A | = | Harga Y bila $X = 0$ (harga konstan) |
| b_1, b_2 | = | Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel |

Novi Riani Rusman, 2012

Pengaruh Jenis Dan Konsestrasi Alpukat Berdasarkan Kualitas Produk Dan Harga Berharap Daya Terima Konsumen (Survei Kepada Produk Avocado Mocha Cream Cake)
Unipersitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu

independen. Bila $b (+)$ maka terjadi kenaikan dan bila $b (-)$ maka terjadi penurunan.

X_1, X_2 = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

3.7.6 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji apakah hipotesis pada penelitian ini diterima atau ditolak. Hipotesis diuji terdiri dari dua macam yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). “Hipotesis nol adalah pernyataan tidak adanya perbedaan antara parameter statistic (data sampel). Lawan dari hipotesis nol adalah hipotesis alternatif yang menyatakan ada perbedaan antara parameter dan statistik”. (Sugiyono, 2006 :183) Tingkat signifikansi (*level of significant*) atau tingkat kesalahan dalam pengujian ini menggunakan kesalahan tipe I yaitu berapa persen kesalahan untuk menolak hipotesis nol (H_0) yang benar.

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan secara statistik adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

H_a : Ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

3.7.6.1 Uji t (Uji Hipotesis Secara Parsial)

Pengujian hipotesis dengan uji t adalah untuk melihat pengaruh variabel-variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependen) secara parsial

dilakukan dengan uji t ini. Adapun hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

1. Hipotesis 1

H_0 : Variabel kualitas produk tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap daya terima konsumen.

H_a : Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap daya terima konsumen.

2. Hipotesis 2

H_0 : Variabel harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap daya terima konsumen.

H_a : Variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap daya terima konsumen.

Adapun kriteria yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y.
- b. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y.

Dalam pengujian hipotesis ini tingkat kesalahan yang digunakan adalah 5% atau 0,05 pada taraf signifikansi 95%.

3.7.6.2 Uji F (Uji Hipotesis Secara Simultan)

Uji F digunakan dengan maksud untuk melihat pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Hipotesisnya adalah :

Novi Riani Rusman, 2012

Pengaruh Jenis Dan Konsestrasi Alpukat Berdasarkan Kualitas Produk Dan Harga Berharap Daya Terima Konsumen (Survei Kepada Produk Avocado Mocha Cream Cake)

Unipersitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

H_0 : Variabel-variabel bebas (kualitas produk dan harga) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat (daya terima konsumen).

H_a : Variabel-variabel bebas (kualitas produk dan harga) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat (daya terima konsumen).

Menurut Sugiyono (2010:230) untuk menerima atau menolak hipotesis adalah:

- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y.
- b. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y.

Dalam pengujian hipotesis ini tingkat kesalahan yang digunakan adalah 5% atau 0,05 pada taraf signifikansi 95%. Secara statistic, hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

- a. $H_0 : p \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kualitas produk dan harga terhadap daya terima konsumen.
- b. $H_a : p \geq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kualitas produk dan harga terhadap daya terima konsumen.

3.8 Perhitungan Aspek Pendirian Usaha

Perhitungan untuk menganalisis aspek pendirian usaha agar dapat dilihat apakah usaha layak untuk dijalankan atau tidak dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

a. *Net Present Value* (NPV)

Rumus yang digunakan untuk menghitung NPV adalah sebagai berikut:

$$NPV = \sum_{i=1}^n NB_i (1+i)^{-n} \quad (\text{Yacob, 2009})$$

Keterangan:

NB = Benefit – Cost

C = Biaya investasi + Biaya operasi

B = Benefit yang telah didiskon

C = Cost yang telah didiskon

i = diskon faktor

n = tahun (waktu)

Kriteria:

1. Apabila $NPV > 0$ (nol), maka usaha/proyek layak (feasible) untuk dilaksanakan.
2. Apabila $NPV < 0$ (nol) usaha/proyek tidak layak (feasible) untuk dilaksanakan.
3. Apabila $NPV = 0$ (nol) usaha/proyek berada dalam keadaan BEP dimana $TR=TC$ dalam bentuk present value.

b. *Net Benefit and Cost Ratio* (Net B/C Rasio)

Net Benefit and Cost Ratio (Net B/C Rasio) merupakan angka perbandingan antara nilai jumlah sekarang yang bernilai positif dengan nilai jumlah sekarang yang negatif. Rumus perhitungan Net B/C yaitu :

$$\text{Gross B/C} = \frac{\sum_{i=1}^n B(1+r)^{-n}}{\sum_{i=1}^n C_i(1+r)^{-n}}$$

Kriteria :

1. Gross B/C > 1 (satu) berarti proyek (usaha) layak dikerjakan.
2. Gross B/C < 1 (satu) berarti proyek tidak layak dikerjakan.
3. Gross B/C = 1 (satu) berarti proyek dalam keadaan BEP.

c. *Break Event Point* (BEP)

Formula yang digunakan untuk mengetahui jumlah produksi dalam keadaan BEP adalah:

$$\text{BEP (Q)} = \frac{a}{(p-b)}$$

Untuk menghitung BEP dalam rupiah adalah mengalikan dengan harga per unit produksi (p)

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{a}{(1-p/b)}$$

Formula yang digunakan untuk mengetahui kapan mengembalikan biaya (BEP) adalah:

$$\text{BEP} = \frac{T_{p-1} + TC_i - B_{icp-1}}{B_i}$$