

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

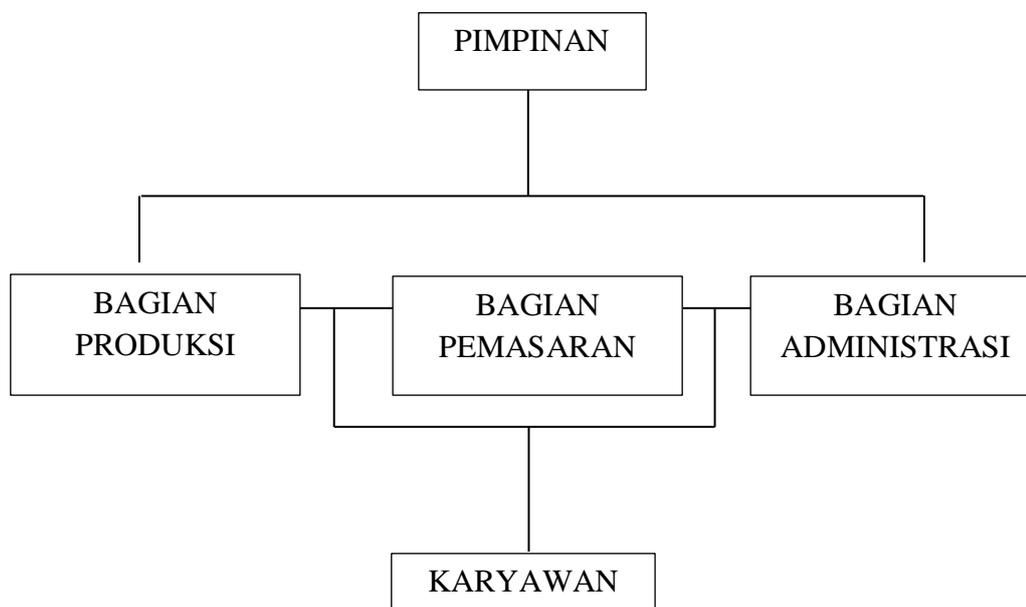
Objek penelitian ini adalah konsumen CV. Tjassport yang berlokasi di Jl. Babakan Jati Gobras Tasikmalaya dengan ruang lingkup penelitiannya yaitu Pengembangan dan Desain Produk yang dilaksanakan Terhadap Kualitas Produk yang dihasilkan.

3.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

CV. Tjassport Tasikmalaya bergerak dalam bidang industri pakaian jadi (konveksi/semi garment) dan pemasaran Celana Sport yang berlokasi di Babakan Jati Gobras, Tasikmalaya, Jawa Barat. Pengalaman menekuni bidang usaha ini sejak tahun 2010 telah memberikan banyak pelajaran untuk senantiasa meningkatkan kualitas produk, kinerja dan kehandalan perusahaan, demi kepuasan konsumen.

3.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan dan Uraian Jabatan

Struktur organisasi merupakan susunan yang berfungsi untuk mengetahui tugas-tugas yang harus dilaksanakan dan juga wewenang yang akan dilaksanakan/ berikut merupakan struktur organisasi CV. Tjassport Tasikmalaya :



Sumber : CV. Tjassport Tasikmalaya

Gambar 3.1

Struktur Organisasi CV. Tjassport Tasikmalaya

Adapun tugas dan tanggungjawab untuk setiap bagian adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan

Pimpinan Perusahaan bertugas untuk memantau segala aktivitas dalam perusahaan baik aktivitas produksi, perencanaan keuangan, rencana volume penjualan, perkembangan perusahaan dari hari ke hari serta bertanggung jawab penuh atas perusahaan.

2. Bagian Produksi

Bagian produksi bertugas untuk memantau segala aktivitas produksi misalnya melakukan pengecekan bahan baku, melaporkan kativitas yang terjadi pada

pada bagian produksi barang seperti membuat laporan jumlah jam kerja karyawan pabrik.

3. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran bertugas untuk memasarkan produk baik di daerah Tasikmalaya maupun ke luar kota.

4. Bagian Administrasi

Bagian administrasi bertugas untuk mengatur dan mencatat pengeluaran dan pemasukan keuangan perusahaan, mencatat transaksi-transaksi serta membuat laporan keuangan.

5. Karyawan

Bertugas membuat produk yang dilakukan secara bertahap hingga menghasilkan produk jadi yang siap dijual.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan di gunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Menurut Lawrence (2003) dalam Sugiyono (2018:80)

Penelitian Survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survey, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survey berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

3.2.1. Operasionalisasi Variabel

Agar dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu di pahami unsur-unsur yang menjadi dasar penelitian yang termuat dalam operasionalisasi Variabel penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas atau independen (X) adalah merupakan Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono. 2018 : 96). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pengembangan produk dan desain produk.
2. Variabel terikat atau dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018 : 97). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kualitas produk.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Variabel (1)	Definisi Operasional (2)	Indikator (3)	Ukuran (4)	Skala (5)
Pengembangan Produk (X ₁)	Pengembangan produk pada CV. Tjassport Tasikmalaya adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang.	1. Gagasan Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya gagasan produk baru • Pemilihan jenis kain • Pemilihan wana benang 	Ordinal
		2. Penyaringan	<ul style="list-style-type: none"> • Produk celana sport yang dijelaskan pihak produsen kepada konsumen sangat sesuai dengan praktek yang dilakukan 	

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		3. Pengujian Konsep	<ul style="list-style-type: none"> Keunggulan Celana Sport sangat mudah untuk dijelaskan dan diamati konsumen 	
		4. Analisis Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> Kesesuaian kualitas produk celana sport dengan manfaat yang dirasakan. Kesesuaian harga Celana Sport yang ditawarkan kepada konsumen 	
		5. Pengembangan Prototipe	<ul style="list-style-type: none"> Adanya pengembangan dari produk lama yang dilakukan perusahaan 	
		6. Pengujian Produk dan Uji Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> Kegiatan promosi dari produk yang dikembangkan 	
		7. Komersialisasi	<ul style="list-style-type: none"> Harga dari produk celana sport yang dikembangkan telah sesuai dengan selera konsumen 	

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Desain Produk (X ₂)	Desain produk CV. Tjassport merupakan hubungan antara benda (barang) dengan suatu keadaan atau kondisi tertentu.	1. Model	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Model celana sport Sesuai dengan harapan konsumen 	Ordinal
		2. Gaya Yang Menarik	<ul style="list-style-type: none"> • Desain produk celana sport memiliki gaya yang menarik 	
		3. Variasi	<ul style="list-style-type: none"> • Desain produk celana sport memiliki variasi yang baik 	
		4. <i>Up To Date</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Desain yang dimiliki oleh CV. Tajassport selalu up to date atau mengikuti perkembangan zaman 	
Kualitas Produk (Y)	Kemampuan Produk CV. Tjassport dalam memberikan kepuasan bagi konsumen.	1. Kehandalan	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan produknya kuat • Bahan produknya tidak membuat ketika dipakai 	Ordinal
		2. Daya Tahan	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan produknya tahan lama • Produknya tahan luntur 	

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		3. Kesesuaian	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan produknya terasa lembut • Produknya nyaman ketika dipakai 	

3.2.3. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *field research*, yaitu teknik pengumpulan data secara langsung diperoleh dari objek yang diteliti dengan cara sebagai berikut :

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya Sugiyono (2018 : 230).

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2018 : 224) menyatakan bahwa wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai.

3. Studi Literatur

Sangadjadi (2010 : 169-170) mengemukakan bahwa Studi Literatur adalah kegiatan yang meliputi mencari secara literatur, melokalisasi, dan menganalisis dokumen yang berhubungan dengan masalah yang akan kita

teliti. Dokumen bisa berupa teori-teori dan bisa pula hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai permasalahan yang akan diteliti.

3.2.4. Jenis Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini terdiri dari 2 bagian, yaitu sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer data yang di dapatkan langsung melalui wawancara dengan pihak CV. Tjassport dan penyebaran kuesioner kepada konsumen CV. Tjassport Tasikmalaya.

2. Data Sekunder

Data yang dikumpulkan dari pihak lain sebagai sarana untuk kepentingan mereka sendiri, data yang sudah ada atau tersedia yang kemudian diolah kembali untuk tujuan tertentu, data ini berupa sejarah dan keadaan perusahaan, literatur, artikel, tulisan ilmiah yang dianggap relevan dengan topik yang sedang diteliti.

3.2.5. Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2018:148) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen CV. Tjassport yang berjumlah 100 orang selama bulan Januari 2019.

Teknik penelitian ini menggunakan aksidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara

kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data Sugiyono (2018:156).

Untuk menentukan ukuran sampel penulis berpedoman pada rumus Slovin dalam Sujarweni (2014:66) dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Dimana :

n : Ukuran Sampel

N : Populasi

e : Presentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan (dengan e = 7%)

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen CV. Tjassport dengan populasi rata-rata per bulan 100 orang. Untuk menentukan jumlah sampel minimal yang di butuhkan maka di hitung dengan formulasi yang telah dikemukakan sehingga jumlah anggota sampelnya sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + (N \times e^2)} \\ n &= \frac{100}{1 + (100 \times 0,7^2)} \\ &= 1 + (100 \times 0,49) \\ &= 1 + 49 \\ &= 50 \text{ Orang} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 orang.

3.3. Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini, kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik untuk mengetahui pengaruh pengembangan dan desain produk terhadap kualitas produk.

3.3.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Setelah data yang diperlukan telah terkumpul, data tersebut kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner yang telah disebarakan.

3.3.1.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018 : 203) Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika r tabel $<$ r hitung maka valid (Sujarweni, 2014 : 83). Uji validitas menggunakan teknik korelasi Product Moment.

Untuk memudahkan perhitungan, uji validitas akan menggunakan program *SPSS for windows* versi 17 dan *microsoft office excel* 2013.

3.3.1.2. Uji Reliabilitas

Menurut Subandi (2002:140) reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan (Sujarweni, 2014 : 85). Jika nilai Alpha $>$ 0,60 maka reliabel.

3.3.2. Analisis Terhadap Kuisisioner

Teknik pertimbangan untuk pembobotan jawaban responden menggunakan *Skala Likert* untuk jenis pertanyaan tertutup dengan skala normal.

Untuk lebih jelasnya dapat diamati di tabel berikut :

Tabel 3.2

Formasi Nilai, Notasi dan Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban Untuk Pertanyaan Positif dan Negatif

Notasi	Nilai Positif	Nilai Negatif	Predikat
SS	5	1	SANGAT SETUJU
ST	4	2	SETUJU
KS	3	3	KURANG SETUJU
TS	2	4	TIDAK SETUJU
STS	1	5	SANGAT TIDAK SETUJU

Sumber (Kuncoro dan Riduan, 2012 : 20)

Perhitungan Hasil jawaban kuisisioner di hitung menggunakan rumus :

$$X = \frac{F}{N} \times 100\% \quad (\text{Sudjana, 2000 : 76})$$

Keterangan :

X = Jumlah persentase jawaban

F = Jumlah jawaban/Frekuensi

N = Jumlah responden

Setelah diketahui jumlah nilai dari keseluruhan sub variabel dari hasil perhitungan yang dilakukan maka dapat ditentukan intervalnya, yaitu dengan cara sebagai berikut :

$$NJ = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}} \quad (\text{Sudjana, 2000 : 79})$$

3.3.3. Metode *Successive interval*

Menurut Hidayat dan Sedarmayanti (2011 : 101) salah satu kegunaan method of successive interval dalam pengukuran sikap adalah untuk menaikkan tingkat pengukuran dari ordinal ke interval. Langkah kerjanya sebagai berikut :

1. Perhatikan f (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan alternative jawaban)
2. Bagi setiap bilangan pada f (frekuensi) oleh n (jumlah sampel)
3. Jumlah proporsi secara berurutan untuk setiap alternative jawaban, sehingga dihasilkan proporsi kumulatif.
4. Proporsi kumulatif (PK) diasumsikan mengikuti distribusi normal baku, sehingga berikutnya dapat menghitung nilai Z untuk setiap kategori.
5. Hitung scale Value (SV) atau nilai skala dengan rumus :

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

6. Skala value yang nilainya terkecil (harga negative terbesar) diubah menjadi sama dengan satu (=1)

$$\text{Transformasi Scale Value : } Y = SV + |Svmin|$$

3.3.4. Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (*multiple linear regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan suatu situasi dimana beberapa atau semua variabel bebas berkorelasi kuat. Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah:

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir
2. Nilai *standar error* setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan *standar error* nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Menurut Gujarati (2003: 362), jika nilai VIF nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji *Rank Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error*) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

3.3.5. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

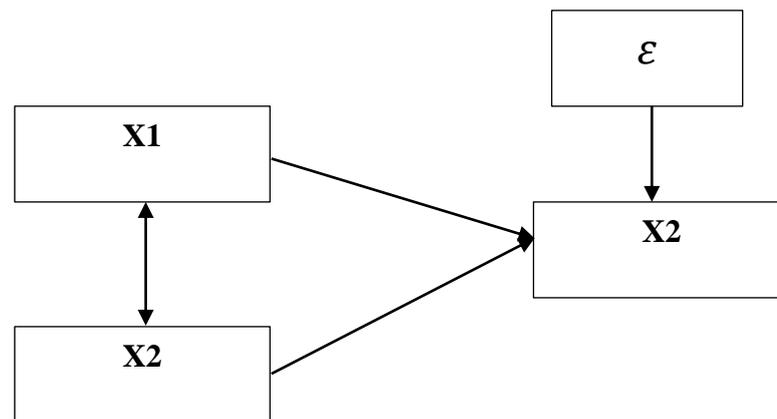
Menurut Kuncoro dan Riduwan (2012:115) teknik analisis jalur ini akan digunakan dalam menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditentukan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antara variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y serta dampaknya kepada Z.

Menurut Al Rasyid dalam Sitepu (1994:24) dalam buku Kuncoro dan Riduwan (2012 : 115) mengatakan bahwa dalam penelitian sosial tidak semata-mata hanya mengungkapkan hubungan variabel sebagai terjemahan statistik dari hubungan antara variabel alami, tetapi terfokus pada upaya untuk mengungkapkan hubungan kausal antar variabel.

Langkah kerja yang dilakukan untuk menghitung koefisien jalur menurut

Sitepu dalam Suliyanto (2011 : 249) adalah :

1. Membuat diagram jalur.



Gambar 3.2

Diagram Jalur

2. Menghitung matriks korelasi antar variabel
3. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas
4. Menghitung matriks invers korelasi r_1^{-1} antar variabel bebas.
5. Menghitung $r^2Y (X_1, X_2)$, yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total.
6. Menghitung besarnya koefisien pengaruh variabel-variabel lainnya terhadap diluar X1, X2.
7. Menghitung nilai F Statistik untuk menguji keberartian koefisien jalur secara keseluruhan (ketetapan model).
8. Menghitung nilai t statistik untuk menguji keberartian koefisien jalur secara parsial.

9. Melakukan trimming terhadap variabel yang tidak memiliki pengaruh signifikan jika diperlukan.
10. Menghitung pengaruh secara proposional, yaitu menghitung pengaruh langsung dan tidak langsung variabel bebas terhadap variabel tergantungnya.

Tabel 3.3

Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X_1 , X_2 , Terhadap Y

No.	Nama variabel	Formula
1	2	3
1	Pengembangan Produk	
	a. Pengaruh langsung X_1 terhadap Y	$(\rho_{YX_1}) (\rho_{YX_1})$
	b. Pengaruh tidak langsung X_1 melalui X_2	$(\rho_{YX_1}) (r_{x_1x_2})(\rho_{YX_2})$
	Pengaruh X_1 Total Terhadap Y	a+b =(1)
2	Desain Produk	
	a. Pengaruh langsung X_2 Terhadap Y	$(\rho_{YX_2}) (\rho_{YX_2})$
	b. Pengaruh tidak langsung X_2 melalui X_1	$(\rho_{YX_1}) (r_{x_1x_2})(\rho_{YX_2})$
	Pengaruh X_2 Total Terhadap Y	e+d = (2)
	Total Pengaruh X_1 dan X_2 Terhadap Y	(1)+(2)=kd
	Pengaruh lain yang tidak diteliti	1-kd=knd

3.3.6. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui tingkat signifikan secara bersama-sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan uji F. Adapun kriteria hipotesis secara simultan dengan tingkat keyakinan 95% atau $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan $(df)(k-1)$ maka :

Ho : Tidak terdapat pengaruh pengembangan dan desain produk terhadap kualitas produk di CV. Tjassport Tasikmalaya.

Ha : Ada pengaruh pengembangan dan desain produk terhadap kualitas produk di CV. Tjassport Tasikmalaya.

Sedangkan untuk pengujian secara parsial digunakan uji T dengan kriteria sebagai berikut :

Ho1 = O Tidak terdapat pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Kualitas Produk pada CV. Tjassport Tasikmalaya

Ha1 \neq O Ada pengaruh Pengembangan Produk terhadap Kualitas Produk Pada CV. Tjassport Tasikmalaya

Ho2 = O Tidak terdapat pengaruh Desain Produk terhadap Kualitas Produk Pada CV. Tjassport Tasikmalaya.

Ha1 \neq O Ada pengaruh Desain Produk terhadap Kualitas Produk Pada CV. Tjassport Tasikmalaya.

Dengan derajat kebebasan (df) = k dan (n-k-1) dan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$, maka :

H₀ diterima jika $\alpha (0,05) < sig$

H₀ ditolak jika $sig \geq \alpha (0,05)$

Untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian ini digunakan program SPSS 17 dan *Microsoft Excel 2013*.