

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Perencanaan Tata Letak, Pengendalian Kualitas, dan keunggulan bersaing. Dimana Perencanaan Tata Letak usaha dan pengendalian kualitas sebagai variabel bebas. Serta Keunggulan bersaing sebagai variabel terikat. Subjek penelitian dilakukan pada salah satu perusahaan *Franchise* yang ada di kota Tasikmalaya yaitu J.CO Donuts dan Coffe. Berikut penjelasan mengenai J.CO Donuts dan Coffe

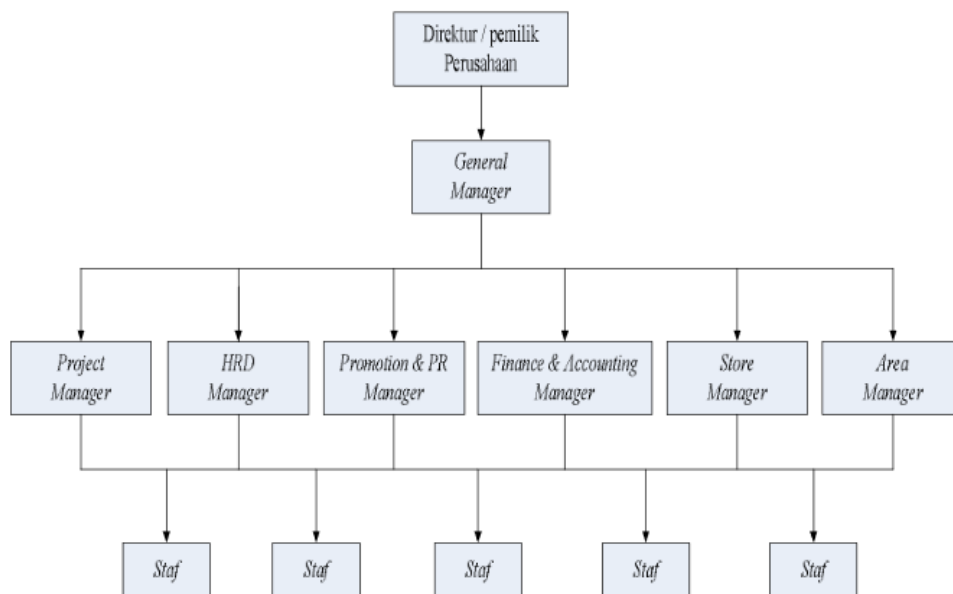
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. J.CO Donuts dan Coffee didirikan oleh Johnny Andrean yang sebelumnya terkenal sebagai pengusaha salon yang sukses. Tak kurang dari 168 jaringan salon dan 41 sekolah salon dimilikinya, namun insting sang penata rambut kemudian membawanya terjun ke bisnis makanan. Sejak tahun 2003 Johnny aktif mengembangkan J.CO Donuts dan Coffee. J.CO Donuts dan Coffee adalah produk dalam negeri dengan menggunakan konsep dari luar negeri dan disempurnakan dengan modernisasi dan kualitas terbaik. J.CO Donuts dan Universitas Sumatera Utara Coffeee ditujukan untuk menyerbu pasar asing. Sesuai dengan namanya, J.CO Donuts dan Coffee mempunyai produk makanan berupa donat dan produk minuman berupa kopi atau teh yang panas maupun dingin. Yang diunggulkan oleh J.CO Donuts dan Coffee adalah produk makanannya, yaitu donat. Masing-

masing donat dinamai secara kreatif berdasarkan topping dan rasa. Hal ini menciptakan suatu keunikan dan mudah untuk diingat, sebagai contoh, Chees Me Up adalah nama untuk donat dengan keju leleh di lapisan atas.

3.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan susunan dan hubungan antara setiap bagian maupun posisi yang terdapat pada sebuah organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan operasionalnya dengan maksud untuk mencapai tujuan. Berikut ini adalah struktur organisasi dari J.CO dan tugas utama dari masing-masing job description.



Gambar 3.1. Struktur Organisasi JCO Donuts & Coffee

Sumber: J.CO Donuts and Coffee Corporation

Berikut ini juga disertakan wewenang dan tanggung jawab (job description) dari masing-masing jabatan dari struktur organisasi J.CO tersebut:

Direktur

1. Melakukan koordinasi atas perencanaan strategis.
2. Memprakarsai dan memimpin rapat tinjauan manajemen secara berkala tentang sistem manajemen mutu, sehingga dapat memastikan tercapainya kesesuaian dan efektifitas secara berkesinambungan.
3. Bertanggung jawab penuh terhadap pelaksanaan semua keadaan dan maju mundurnya perusahaan.
4. Memelihara hubungan baik dengan pihak eksternal seperti pemerintah, perusahaan lain dan masyarakat.
5. Melakukan validasi produk baru yang didesain internal perusahaan.

General Manager

1. Mengontrol pelaksanaan, efektifitas dan efisiensi sistem perusahaan.
2. Menyusun agenda tinjauan manajemen.
3. Melaporkan tindakan koreksi dan pencegahan, sasaran mutu dan masalah internal pada tinjauan manajemen kepada Direktur.
4. Mengesahkan daftar induk dokumen.

Project Manager

1. Mengatur penanganan proyek *franchise* yang sedang berjalan maupun yang sedang direncanakan.
2. Menganalisa lapangan usaha yang bagus untuk tempat pemasaran.
3. Melaporkan hasil proyek yang sedang berjalan setiap bulannya.

HRD Manager

1. Melakukan recek absensi karyawan.
2. Mengetahui permohonan gaji karyawan secara bulanan.
3. Meningkatkan kualitas SDM bagi karyawan baru dan lama.
4. Menerima atau menampung usulan dari karyawan dan mendiskusikan dengan Direktur.
5. Memilih dan menyeleksi karyawan sesuai dengan standar dan kebutuhan perusahaan.

Promotion & PR Manager

1. Mengkoordinir semua pekerjaan yang ada dibagian Pemasarandan promosi.
2. Melakukan promosi penjualan produk ke pasar.
3. Membuat jaringan distribusidan Menentukan target penjualan.
4. Menyusun prediksi kebutuhan barang jadi selama 3 bulan ke depan.
5. Merencanakan, melaksanakan dan memantau tindak lanjut atas program peningkatan berkesinambungan.

Finance & Accounting Manager

1. Mengkoordinasi tugas dan wewenang staf keuangan dan akuntansi.
2. Menentukan dan menghitung jumlah anggaran yang telah atau akan digunakan perusahaan.
3. Memeriksa ulang laporan keuangan tiap bulan.
4. Menyerahkan laporan keuangan kepada Direktur.
5. Memonitor pengeluaran-pengeluaran kas perusahaan.

Store Manager

1. Merencanakan kapasitas persediaan yang dibutuhkan untuk 3 bulan ke depan.
2. Membuat jadwal prediksi mingguan.
3. Memastikan bahwa produksidonatsesuai dengan rencana yang penggunaan banyaknya Kualitas Produk.

4. Mengoreksi laporan staf perencanaan persediaan bahan penolong dan Kualitas Produk.
5. Menyediakan bahan yang akan digunakan untuk produksi.

Area Manager

1. Bertanggungjawab atas daerah yang sedang ditangani.
2. Mengatur kegiatan operasional dari masing-masing daerah, dan melaporkan masalah-masalah yang ada kepada general manager.

Staff

1. Membantu masing-masing bagian departemen yang ada dalam mengerjakan laporan-laporan setiap departemen.
2. Melaporkan setiap permasalahan yang ada kepada manajer.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan korelasional dengan metode survei. Penelitian deskriptif ini adalah Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain (Sugiyono 2018). Sedangkan metode korelasional adalah metode penelitian yang dipergunakan untuk mengetahui pengaruh dua variabel atau lebih (Sugiyono 2018). Metode survei merupakan metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi yang di analisis untuk menguji hipotesis dengan teknik pengumpulan data pengamatan (wawancara dan kuisioner) dengan hasil cenderung generalisasi(Sugiyono 2018).

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami sebagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

- a. Variabel bebas atau variabel *independent* (X), yaitu variabel yang memengaruhi variabel tidak bebas. Yang terdiri dari:
 - X_1 = Perencanaan Tata Letak
 - X_2 = Pengendalian Kualitas

- b. Variabel tidak bebas atau variabel *dependent* (Y), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Yang menjadi variabel tidak bebas dalam penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing.

Secara lebih lengkap bahwa ketiga variabel tersebut dioperasionalkan sebagai berikut:

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Perencanaan Tata Letak Usaha (X1)	Perencanaan Tata Letak merupakan perencanaan dari pembagian dan penataan ruangan perusahaan sehingga pelaksanaan kegiatan dalam perusahaan tersebut dapat dilakukan seefisien mungkin jadi kelancaran proses kegiatan pada suatu perusahaan	1. Alokasi Ruang Lantai	• Ruang display produk • Ruang karyawan • Ruang konsumen	O R D I N A L
		2. Klasifikasi yang diberikan Toko	• Pengelompokan produk berdasarkan fungsi • Pengelompokan produk berdasarkan keunggulan • Pengelompokan produk berdasarkan segmentasi • Pengelompokan produk berdasarkan kebutuhan khusus	

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Pengendalian Kualitas (X2)	Pengendalian kualitas adalah kegiatan yang dilakukan untuk menjamin agar kegiatan produksi dan operasi yang dilaksanakan sesuai dengan apa yang direncanakan dan apabila terjadi penyimpangan, maka penyimpangan tersebut dapat dikoreksi sehingga apa yang diharapkan dapat tercapai.	3. Penentuan Arus Lalu Lintas	• Arus lalu lintas lurus • Arus lalu lintas berbelok	O R D I N A L
		1. Bentuk (Form)	• Tampilan bentuk yang ditawarkan	
		2. Ciri-ciri produk (Features)	• Keragaman Produk • Ciri Khas Produk	
		3. Kinerja (Performance)	• Cita rasa yang ditawarkan	
		4. Ketepatan/ kesesuaian (Conformance)	• Kesesuaian penyajian produk • Konsistensi rasa produk	
		5. Ketahanan (Durability)	• Ketahanan produk • Kadaluarsa	
		6. Keandalan (Reliability)	• Gizi yang terkandung dalam produk yang ditawarkan	
		7. Desain (Design)	• Desain kemasan • Desain produk • Daya Tarik terhadap tampilan produk	

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Keunggulan Bersaing (Y)	keunggulan bersaing merupakan suatu usaha	Kepemimpinan Biaya Menyeluruh	• Harga Produk	O R D I N A L
	yang dilakukan oleh perusahaan untuk menumbuhkan kekuatan dalam persaingan yang dapat diterima oleh pasar.	Diferensiasi	• Struktur Fisik • Kualitas Produk • Keseusaian Harga • Kemasan	
		Fokus	• Segmen Pasar	

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.2.1 Jenis Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) yang berupa wawancara, opini (pendapat) orang secara individu atau kelompok, maupun hasil observasi dari suatu obyek. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang dinyatakan dalam angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran variabel yang diwakilinya.

3.2.2.2 Teknik Penarikan Sampel (Teknik Sampling)

a. Populasi

Menurut (Kuncoro 2013) populasi adalah kelompok elemen yang lengkap yang biasanya orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya. Adapun populasi pada penelitian adalah 100 Konsumen *J.CO Donuts dan Coffee* di Tasikmalaya yang diambil dalam kurun waktu 1 bulan.

b. Penentuan Sampel

Menurut Kuncoro (2013) sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi. Adapun Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik non probability sampling. Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2018) Salah satu teknik dalam non probability sampling adalah purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2018) Kriteria yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

1. Konsumen *J.CO Dounuts dan Coffee* Tasikmalaya
2. Rentan usia 18-40 tahun

Untuk menentukan ukuran sampel yang dapat mewakili seluruh populasi digunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin yang dikutip oleh (Sugiyono 2018) sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = prosentase kesalahan / standart error (10%)

jadi untuk populasi (N) sebanyak 100 yang Merupakan konsumen *J.CO Dounuts dan Coffee* Tasikmalaya dengan nilai kritis yang diinginkan (e) sebesar 5 % maka ukuran sampel yang digunakan adalah sebagai berikut : $n = 100 / 1 + (100 * 0,0025) = 80$

3.2.2.3 Alat Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018) Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, jika peneliti tidak mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapat data yang memenuhi standar. Untuk memperoleh data yang diperhatikan maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a) Angket (*Questionnaire*)

Sugiyono (2018), angket merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi kesepakatan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket ini merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti

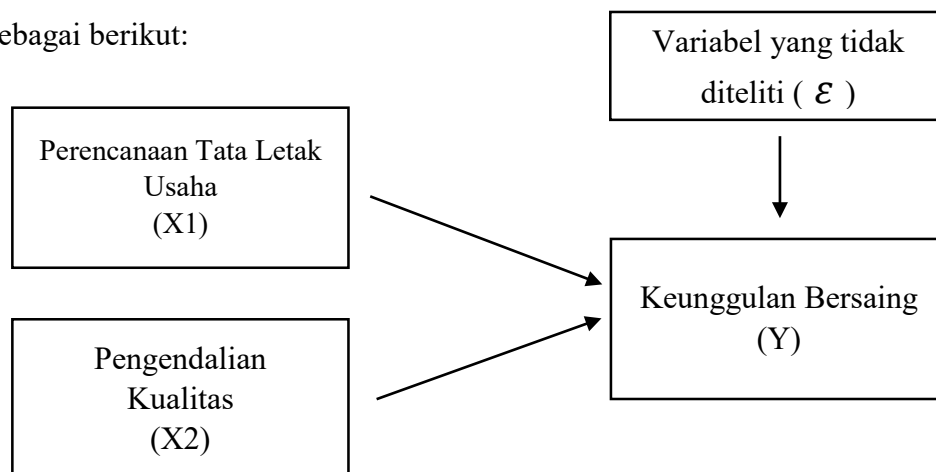
tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

b) Wawancara

Sugiyono, (2018) wawancara adalah suatu percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang akan lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

3.2.3 Model Penelitian

Untuk lebih menjelaskan pengaruh Perencanaan Tata Letak dan Pengendalian Kualitas terhadap Keunggulan Bersaing, dibuat model penelitian sebagai berikut:



Gambar 3.2
Model Penelitian

3.2.4 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik untuk mengetahui pengaruh Perencanaan Tata Letak dan Pengendalian Kualitas terhadap Keunggulan Bersaing.

3.2.4.1 Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas dan reliabilitas merupakan uji yang dilakukan terhadap instrument penelitian. Kedua uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap instrument penelitian layak untuk dipakai dalam penelitian. Instrument pada penelitian ini adalah menggunakan angket (kuesioner).

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu uji yang digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu alat atau instrument yang digunakan untuk memperoleh data didalam suatu penelitian. Kevalidan tersebut dapat diketahui dengan melihat koefisien korelasi (r) antara skor item dan skor total. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur untuk kuesioner tersebut (Ghozali 2011) Menurut Sugiyono (2018) menyatakan item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi pula

menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula.

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks validitasnya ≥ 0.3 dan jika koefisien korelasi Pearson Product Moment $\leq r$ tabel. Oleh karena itu, semua pertanyaan yang memiliki tingkat korelasi dibawah r tabel atau 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

Setelah itu, dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti data tersebut signifikan (valid) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Sebaliknya bila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, berarti data tersebut tidak signifikan (tidak valid) dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Pernyataan-pernyataan yang valid selanjutnya dilakukan uji reliabilitasnya. Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS v25.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan apakah instrument yang dipakai reliable atau tidak, maksud dari reliable adalah jika instrument tersebut diujikan berulang-ulang maka hasilnya akan sama. Menurut Sugiyono (2018), bahwa “reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran

dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”.

Untuk menguji reliabilitas yaitu dengan menggunakan metode Split half, hasilnya bisa dilihat dari nilai Correlation Between Forms. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel atau membandingkannya dengan nilai cut off point 0,3 maka reliabel jika $r > 0,3$. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel. Pengujian reabilitas dengan Alpha Cronbach bisa dilihat dari nilai Alpha, jika nilai Alpha $>$ dari nilai r_{tabel} yaitu 0,7 maka dapat dikatakan reliabel. Menurut Suharsimi Arikunto (2013:239) rumus alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrument yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian

3.2.4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Proses analisis pengolahan data yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut :

1. Menyebar kuesioner pada responden yaitu sejumlah sample yang telah ditentukan

2. Mengambil hasil jawaban kuesioner dari responden.
3. Mengelompokan data berdasarkan responden
4. Data yang berasal dari kuesioner yang telah diisi responden, kemudian ditabulasikan dalam bentuk data kuantitatif
5. Jawaban dalam tiap responden disajikan dalam tabel distribusi.

Secara umum teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah teknik skala Likert. Penggunaan skala Likert menurut Sugiyono (2018) adalah “skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Menurut Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa “macam-macam skala pengukuran dapat berupa: skala nominal, skala ordinal, skala interval, dan skala rasio, dari skala pengukuran itu akan diperoleh data nominal, ordinal, interval, dan rasio”. Penelitian ini menggunakan skala ordinal, menurut Sugiyono (2018) adalah “skala ordinal adalah skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori, tetapi juga menyatakan peringkat *construct* yang diukur”.

3.2.4.3 Metode *Successive Interval*

Analisis Method Of Successive Interval (MSI) digunakan untuk mengubah data yang berskala ordinal menjadi skala interval. Method Of Successive Interval (MSI) menurut Sugiyono (2018), langkah-langkah dilakukan dalam MSI sebagai berikut:

- 1) Perhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang disebar.
- 2) Pada setiap butir ditentukan beberapa orang yang mendapatkan skor 1,2,3,4,5 dan dinyatakan dalam 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 table distribusi normal, dihitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh,
- 6) Tentukan nilai tinggi densitas untuk setiap Z yang diperoleh (dengan menggunakan table densitas)
- 7) Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus:

$$SV = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{Kepadatan batas atas}}{\text{Daerah dibawah batas atas} - \text{Daerah dibawah batas bawah}}$$

$$SV = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{Kepadatan batas atas}}{\text{Daerah dibawah batas atas} - \text{Daerah dibawah batas bawah}}$$

3.2.4.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis jalur (*path analysis*). Digunakan untuk menganalisis pola hubungan diantara variabel. Model ini untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas

(independen) terhadap variabel terikat (dependen) Sani dan Maharani (2013).

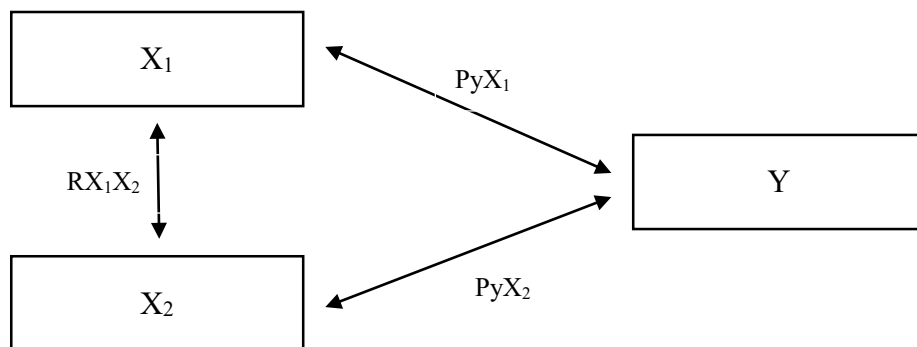
Menurut Ridwan dan Kuncoro (2017) bahwa koefisien jalur (path) adalah koefisien regresi yang distandartkan, yaitu koefisien regresi yang dihitung dari basis data yang telah diset dalam angka baku (Z-score). Analisis ini dibantu dengan bantuan *software SPSS v24*, dengan ketentuan uji F pada $\alpha = 0,05$ atau $p \leq 0,05$ sebagai taraf signifikansi F (sig. F) sedangkan untuk uji T taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ atau $p \leq 0,05$ yang dimunculkan kode (sig.T) dimana hal tersebut digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh tidak langsung dari variabel bebas terhadap variabel terikat Sani dan Maharani (2013).

Menurut Anwar (2011) Tahapan dari analisis jalur adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat diagram jalur dengan membaginya menjadi beberapa sub-struktur;
- 2) Menentukan matriks korelasi;
- 3) Menghitung matriks invers dari variabel independen;
- 4) Menentukan koefisien jalur, tujuannya adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh dari suatu variabel independen terhadap variabel dependen;
- 5) Menghitung $r_y (x_1 \dots x_k)$;
- 6) Menghitung koefisien jalur variabel residu;

- 7) Uji keberartian model secara keseluruhan menggunakan uji F;
- 8) Uji keberartian koefisien jalur secara individu menggunakan uji-t.

Adapun formula *Path Analysis* yang digunakan dalam penelitian ini adalah:



Gambar 3.3
Formula *Path Analysis*

Tabel 3.2
Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X₁, X₂ Terhadap Y

NO	Nama Variabel	Formula
(1)	(2)	(3)
1	Tata Letak (X₁)	
	a. Pengaruh Langsung X ₁ terhadap Y	$(PyX_1)^2$
	b. Pengaruh Tidak Langsung X ₁ Melalui X ₂	$(PyX_1) (rX_1X_2) (PyX_2)$
	Pengaruh X₁ Total Terhadap Y	a + b(1)
2	Kualitas Produk (X₂)	
	c. Pengaruh Langsung X ₂ terhadap Y	$(PyX_2)^2$
	d. Pengaruh Tidak Langsung X ₂ Melalui X ₁	$(PyX_2) (rX_1X_2) (PyX_1)$
	Pengaruh X₂ Total Terhadap Y	c + d(2)
	Total Pengaruh X₁, X₂ terhadap Y	(1) + (2) kd
	Pengaruh lain yang tidak diteliti	1 – kd = knd

Untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian, peneliti menggunakan

Program *SPSS for Windows v24*.

3.2.4.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis akan dimulai dengan penetapan hipotesis operasional, penetapan tingkat signifikan, kriteria dan penarikan kesimpulan.

- Penetapan hipotesis operasional

Pada penetapan hipotesis diuji dengan maksud untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antar variabel penelitian, berikut hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini :

- Secara Parsial

$H_{01} : \rho = 0$ Secara parsial Tata Letak tidak berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk yang dihasilkan J.CO Donuts dan Coffee Tasikmalaya

$H_{a1} : \rho \neq 0$ Secara parsial Tata Letak berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk yang dihasilkan J.CO Donuts dan Coffee Tasikmalaya

$H_{02} : \rho = 0$ Secara parsial Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk yang dihasilkan J.CO Donuts dan Coffee Tasikmalaya

$H_{a2} : \rho \neq 0$ Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk yang dihasilkan J.CO Donuts dan Coffee Tasikmalaya

- Secara Simultan

$H_0 : \rho = 0$ Secara simultan Tata Letak dan Kualitas Produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas produk yang dihasilkan J.CO Donuts dan Coffee Tasikmalaya

$H_a : \rho \neq 0$ Secara simultan Tata Letak dan Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas produk yang dihasilkan J.CO Donuts dan Coffee Tasikmalaya

- Penetapan Tingkat Signifikan

Tingkat signifikansi (α) ditetapkan sebesar 5%, hal ini menunjukkan tentang kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai 66 probabilitas 95%, atau toleransi kekeliruan sebesar 5%. Taraf signifikansi ini adalah tingkat yang umum digunakan dalam penelitian social karena dianggap cukup ketat untuk mewakili hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

- Uji Signifikansi

Untuk menguji signifikansi dapat dilakukan dalam dua pengujian yaitu:

- Secara Parsial

Memakai (uji t) Pengujian uji t telah dilakukan maka hasil pengujian tersebut t hitung dibandingkan t table dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika Nilai Sig $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak.

Jika Nilai Sig $0,000 > 0,05$ maka H_0 diterima

- Secara Simultan memakai (Uji f)

1. Sig. F $< 0,05$ menunjukkan bahwa uji model ini layak untuk digunakan pada penelitian.
2. Sig. F $> 0,05$ menunjukkan bahwa uji model ini tidak layak untuk digunakan pada penelitian.

- Penarikan Kesimpulan

Hasil analisa tersebut akan ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya itu diterima atau tidaknya menggunakan (uji F)