

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah *total quality management* (TQM), *just in time* (JIT) dan kinerja perusahaan. Dengan subjek penelitian kepada Pengusaha Distro di Kota Tasikmalaya.

3.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di beberapa Distro yang ada di Kota Tasikmalaya, berikut adalah profil singkat distro – distro yang ada di Kota Tasikmalaya:

1. B.O.T Distro

Pemilik : Zakky Nurfalah
Alamat : Jl. Cilembang Kol. RE. Djaelani
Telepon : 085213898575
Tahun Berdiri : 2014

2. Eight Wardrobe

Eight wardrobe adalah sebuah *brand clothing* yang di didirikan pada akhir tahun 2008. Berawal dari pencetus *brand Eight* yang memiliki passion dan keterlibatan dalam pergerakan musik indie di jogja, dimana kultur dan gaung pada saat itu sangat kental dengan nuansa semangat “*local pride*” - nya. Dengan semangat yang sama, pendiri *Eight* ini berinisiatif untuk mencari titik lain di luar musik yang dirasa perlu direkonstruksi

menggunakan energi yang serupa. Industri sandang menjadi pilihannya. Maka lahirlah *Eight wardrobe*.

Alamat : Jl. Tentara Pelajar No. 12A, Nagrawangi, Kec. Cihideung

Telepon : 082397889492

3. Distro Suckseed

Alamat : Jl. BKR No. 28, Kahuripan, Kec, Tawang Tasikmalaya

Telepon : 082315450519

Tahun Berdiri : 2016

4. Threenine Distro

Alamat : Jl. Dr. Sukardjo No. 22, Tawang Sari, Kec. Tawang.

Telepon : 082216752124

Tahun Berdiri : 2012

5. House of Smith

House of Smith adalah sebuah *brand retail fashion* yang dibawah manajemen PT. SMITHINDO MITRA MANDIRI. Berdiri pada tanggal 8 Januari 2010 di Bandung, mengusung konsep “*fashion as a daily outfit*”. Segmentasi House of Smith adalah usia 14-35 tahun dengan pekerjaan pelajar, mahasiswa dan karyawan. Toko House of smith memiliki konsep *industrial homie* yang membuat konsumen merasa nyaman ketika sedang berbelanja. *Goods* (barang) dan *service* (servis) adalah senjata utama dari House of Smith, dengan produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau, House of Smith berusaha untuk meningkatkan kecintaan masyarakat

Indonesia terhadap brand lokal. House of Smith memiliki *tagline* “*I Wear Smith Today*” karena perusahaan ingin menjadikan produk House of Smith sebagai kebutuhan emosional konsumen dan menjadikan produk House of Smith digunakan untuk beraktifitas sehari-hari. House of Smith menyediakan produk *top to toe*, hal ini direspon baik dan digemari oleh *customer* sehingga mengalami *growing market* yang cukup pesat setiap tahunnya. Sampai saat ini di Indonesia House of Smith sudah memiliki 12 store dan satu mini pabrik konveksi. Selain memiliki 12 store di Indonesia, House of 2 Smith juga menjual produknya secara online melalui website yang beralamatkan www.houseofsmith.co.id dan juga melalui media sosial yaitu instagram, facebook, dan line.

Alamat : Jl. Dr. Sukardjo No. 28, Tawangsari, Tawang

Telepon : 0265 - 7522110

6. Bloods

Bloods Industries merupakan sebuah perusahaan clothing independent yang didirikan pada tahun 2002 atas inisiatif dari pendirinya yaitu Firdaus Patriaman dengan nama awal bloods shedrain hingga tahun 2005. Nama Bloods diartikan dari darah manusia yang membuat manusia hidup, maka dengan pemberian nama tersebut harapannya *Bloods distribution outlet* dapat menyediakan kebutuhan manusia untuk kehidupannya seperti pakaian dan alat pelindung yang di kenakannya.

Alamat : Jl. Dr. Sukardjo No. 28, Tawangsari, Tawang

Telepon : 081320775197

7. Camo Wardrobe

Alamat : Jalan. Pataruman No. 12, Cihideung Tasikmalaya

Telepon : 085223275666

Tahun Berdiri : 2010

8. Pocket Shop 22

Pocket22 mulai beroperasi di Tasikmalaya untuk pertama kalinya pada tahun 2001, pemilik dari Pocket22 sendiri adalah H. Ega. Tujuan dari Pocket22 adalah selain memperoleh laba yang tinggi juga untuk memperkenalkan desain-desain yang mereka punya kepada masyarakat Tasikmalaya. Dalam perjalanannya, Pocket22 banyak mengalami lika-liku dan romantika dalam dunia bisnis, dulunya Pocket22 melakukan join atau menitipkan barangnya dengan salah satu toko sepatu di Tasikmalaya, itu semua terjadi karena masalah klasik yaitu kurangnya modal dalam pengembangan usaha.

Pocket22 pertama kali dirintis dengan modal Rp.800.000 – Rp.1.000.000 dan karyawan yang hanya 3 orang. Seiring berjalannya waktu dan keuletan si pemilik perlahan pocket mulai meningkat dalam pembuatan produknya karena semakin terkenalnya nama Pocket22 dan banyaknya permintaan akan barang dari para konsumen.

Alamat : Jl. R. Ikik Wiradikarta No. 10, Yudanegara, Kec.
Cihideung, Tasikmalaya.

Telepon : 082316212222

9. Cosmic Joy House

Cosmic, adalah perusahaan pakaian yang berkembang pesat yang menyediakan pakaian berkualitas tinggi dan eksklusif dan didirikan pada tanggal 1 September 2001 di bawah payung Injoynesia Corp. Misi kami adalah menjadi perusahaan pakaian anak muda terkemuka di Indonesia; untuk membawa pesan gaya hidup kita tentang kegembiraan, kemandirian, kreativitas, dan inovasi ke komunitas global ini; menjadi wadah kreativitas di bidang musik, fashion, seni, olahraga, pendidikan, sosial dan budaya. Saat ini, distribusi kami telah menyebar ke banyak kota besar di Indonesia seperti Bandung, Jakarta, Surabaya, Jogjakarta, Bali, Makassar, Palu, Balikpapan, Padang, Palembang, dan lain - lain. Apalagi produk ini telah diekspor ke Singapura, Malaysia, Brunei, Australia, dan banyak negara lainnya.

Alamat : Jl. Dr. Sukardjo No. 22, Tasikmalaya

Telepon : 0877-64598411

10. Pop Scene

Pemilik : Prima Nugraha

Alamat : Jl. Dewi Sartika, Empangsari, Tasikmalaya

Telepon : 0811125533

11. Bandung Underground

Pemilik : Wildan Irsyad Azali

Alamat : Mayasari Plaza, Jl Pasar Kidul, Cilembang, Tasikmalaya

Telepon : 082119022413

12. Distro Channel

Alamat : Jalan. Pataruman No. 22C

13. Screamous

Screamous adalah perusahaan ritel yang bergerak di bidang industri pakaian yang dimulai pada 29 Mei 2004. Perusahaan ini terdaftar dengan nama CV. Rotasindo dengan brand Screamous. Screamous memiliki prinsip untuk memberikan pilihan yang berbeda di industri fashion. Target pasar mereka adalah kalangan remaja dan semua orang yang memiliki pemikiran terbuka, mandiri, dan masyarakat modern. Mereka mencoba untuk menempatkan setiap aspek budaya dan perilaku manusia dalam produknya. Pada awalnya perusahaan ini mendirikan toko di Jalan Cipaganti No. 56 sekitar kurang lebih dua tahun, kemudian untuk lebih mendekatkan pasar dan lokasi yang lebih strategis pada awal tahun 2006 perusahaan ini hingga kini berpindah lokasi ke Jalan Trunojoyo No. 23 dan sampai sekarang mereka memiliki dua toko resmi di Bandung. Selain toko resmi tersebut mereka memasarkan produknya di kota-kota besar di Indonesia dengan melakukan kerja sama dengan perusahaan lain (Distro) yang terdapat di kota-kota besar tersebut. Selain memasarkan di dalam negeri, Screamous juga telah memasarkan produknya ke luar negeri antara lain Malaysia dan Singapura. Sejak Mei 2007, konsumen juga dapat berbelanja secara online melalui website www.screamous.com.

Alamat : Jl. R. Ikik Wiradikarta, Tasikmalaya

Telepon : 0265 311647

14. RPM Shop

Pemilik : Adi RPM

Alamat : Jl. R.E. Martadinata No, 203, Panyingkiran Tasikmalaya

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian sensus. Menurut Masri Singarimbun (2016: 5) metode sensus adalah salah satu metode penelitian yang menitikberatkan kepada hubungan relasional yang mempelajari hubungan variabel-variabel yang diteliti, pada umumnya penelitian ini menggunakan sampel yang diwakili seluruh populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *total quality management* (TQM), *just in time* (JIT) serta kinerja perusahaan pada Distro di Kota Tasikmalaya, yang akan dioperasionalisasikan sebagai berikut:

1. *Independent Variable* yaitu variabel bebas yang artinya variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Disini yang menjadi variable independennya adalah: *Total Quality Management* (X_1) dan *Just in Time* (X_2).
2. *Dependent Variable* yaitu variabel terikat dipengaruhi oleh variabel lain, yang menjadi variabel dependen adalah Kinerja Perusahaan (Y).

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Total Quality Management (X₁)	Konsep yang memerlukan komitmen dan keterlibatan manajemen dan seluruh pengelola perusahaan untuk memenuhi keinginan atau kepuasan pelanggan secara konsisten oleh para Pengusaha Distro di Kota Tasikmalaya.	1. Fokus pada pelanggan 2. Obsesi terhadap kualitas 3. Pendekatan ilmiah 4. Komitmen jangka panjang 5. Kerja sama tim, 6. Perbaikan sistem secara berkesinambungan 7. Pendidikan dan pelatihan 8. Kebebasan yang terkendali	- menentukan kualitas produk - menentukan kualitas proses produksi - bisa memenuhi target produksi - bisa melebihi target produksi - desain pekerjaan pemecahan masalah - perubahan budaya kerja perusahaan mampu memberikan produk terbaik - kerja sama tim antar karyawan - kerja sama dengan vendor - memperbaiki sistem kerja - memperbaiki lingkungan kerja - peningkatan keterampilan teknis - peningkatan profesionalisme kerja - pengambilan keputusan pemecahan masalah	Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		9. Kesatuan tujuan	- kesepahaman antar karyawan dan pimpinan - kesepahaman antar karyawan	
		10. Adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan	- menerima rekomendasi dari karyawan - memberikan tanggung jawab dalam penerapan rekomendasi kerja	
Just in Time (X₂)	sistem produksi yang komprehensif dan sistem manajemen persediaan dimana bahan dan suku cadang dibeli dan diproduksi sebanyak yang dibutuhkan dan pada saat yang tepat pada setiap tahap produksi pada Distro di Kota Tasikmalaya	1. Jumlah Pemasok terbatas 2. Tingkat persediaan yang minimal 3. Pembenahan tata letak pabrik 4. Pengurangan masa penge-setan 5. Kendali mutu terpadu 6. Tenaga kerja yang fleksibel	- Mitra - Pemasok - Bahan baku - Pasokan - Manajemen Lingkungan pabrik - Retrukturisasi departemen produksi - <i>Setup time</i> - bergerak cepat - Menghasilkan produk dengan mutu tinggi - inspeksi produk - Spesialisasi Tenaga kerja - keterampilan teknis	Ordinal
Kinerja Perusahaan (Y)	Kinerja merupakan pencapaian hasil kerja sebuah proses manajemen atau suatu organisasi secara keseluruhan, dimana hasil kerja tersebut harus dapat ditunjukkan buktinya secara konkrit dan dapat diukur	1. Finansial 2. Non Finansial	- Penerimaan Pendapatan - Biaya - Volume Penjualan - Pangsa Pasar - Jumlah Pelanggan - Kepuasan Pelanggan	Ordinal

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi lapangan

Teknik ini bertujuan untuk mendapatkan data primer yang dilakukan dengan cara:

- a. Kuesioner, menyebarkan daftar pertanyaan kepada perusahaan tentang penilaiannya mengenai *total quality management*, *just in time* dan kinerja perusahaan yang mana jawabannya telah disediakan sehingga responden tinggal memilih alternatif dari jawaban yang telah disediakan.

- b. Teknik wawancara terstruktur:

Yakni teknik ini digunakan sebagai alat pengumpul data dengan cara mengadakan komunikasi langsung (wawancara) kepada pihak perusahaan mengenai pertanyaan yang menyangkut masalah *total quality management*, *just in time* dan kinerja perusahaan.

- c. Studi pustaka

Yaitu dengan cara mempelajari bahan – bahan bacaan berupa buku-buku manajemen serta sumber lain yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti.

2. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan Sumber data dalam penelitian ini dibedakan dalam 2 bagian, yaitu:

a. Sumber Data Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari lapangan melalui pengisian kuesioner yang disebarkan kepada para pengusaha Distro di Kota Tasikmalaya mengenai *total quality management, just in time* dan kinerja perusahaan.

b. Sumber Data Sekunder

Yaitu data yang dikumpulkan dari pihak lain yang mana data tersebut mereka jadikan sebagai sarana untuk kepentingan mereka sendiri, data 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 di atas.

3.2.3 Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen utama yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner. Bentuk pertanyaan yang digunakan kuesioner adalah struktur *non disqued*, yaitu bentuk pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dengan tujuan agar maksud pertanyaan dapat diketahui dengan jelas, dengan kombinasi pilihan ganda yang berisi seperangkat pertanyaan responden mengenai suatu objek sikap. Setiap jenis responden dinilai dengan menggunakan skala sikap yang berpedoman kepada skala likert. Sikap – sikap pertanyaan tersebut memperlihatkan pendapat positif atau negatif. Setiap jenis responden dinilai sesuai arah pertanyaan yaitu :

- a. Untuk pertanyaan positif skala nilai yang dipergunakan adalah 5-4-3-2-1
- b. Untuk pertanyaan negatif skala nilai yang dipergunakan adalah 1-2-3-4-5

3.2.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2016: 90) adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah semua Distro – Distro di Kota Tasikmalaya yang berjumlah 14 Distro. (Sumber: data.tasikmalayakota.co.id, 2021)

2. Sampel Penelitian

Menurut Hermawan (2015:147) sampel merupakan suatu bagian dari populasi, hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian sebagian elemen dari populasi merupakan sampel dengan mengambil sampel peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan di generalisasi terhadap populasi. Apabila populasi kurang dari 100 orang maka sampel diambil secara keseluruhan, sedangkan apabila populasi diatas 100 orang, maka sampel diambil 10% - 15% atau 20% - 25% dari populasi (Arikunto, 2016: 65).

Dalam penelitian ini mempergunakan pengambilan sampel dengan teknik Sampling jenuh, karena populasi kurang dari 100 orang maka teknik sampling yang diambil adalah seluruh Distro – Distro di Kota Tasikmalaya yaitu sebanyak 14 Distro, sehingga seluruh Distro – Distro di Kota Tasikmalaya ini

dijadikan sampel penelitian. Berikut adalah nama – nama Distro yang ada di Kota Tasikmalaya dan dijadikan sampel penelitian:

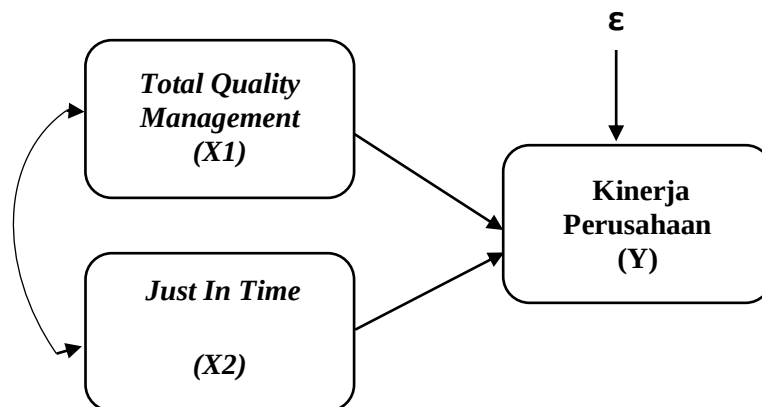
Tabel 3.2
Distro di Kota Tasikmalaya

No.	Nama Distro	Alamat
(1)	(2)	(3)
1	B.O.T Distro	Jl. Letkol R.E Djaelani
2	Eight Wardrobe	Jl. Tentara Pelajar No. 12A
3	Distro Suckseed	Jl. BKR No. 28
4	Threenine Distro	Jl. Dr. Soekardjo
5	House Of Smith	Jl. Dr. Soekardjo No. 28
6	Bloods	Jl. Dr. Soekardjo No. 30
7	Camo Wardrobe	Jl. Pataruman No. 29
8	Pocket Shop 22	Jl. R. Ikik Wiradikarta
(1)	(2)	(3)
9	Cosmic Joy House	Jl. Dr. Soekardjo
10	Pop Scene	Jl. Dewi Sartika
11	Bandung Undergorund	Plaza Mayasari
12	Distro Channel	Jl. Pataruman No. 22C
13	Screamous	Jl. R. Ikik Wiradikarta
14	RPM Shop	Jl. R.E Martadinana

Sumber: data.tasikmalayakota.co.id, 2021.

3.3 Model Penelitian

Total Quality Management dan *Just In Time* sangat penting diperhatikan oleh suatu perusahaan guna meningkatkan Kinerja Perusahaan. Maka untuk mengetahui gambaran isi secara keseluruhan, dibuatlah skema model penelitian seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 3.1
Model Penelitian

Keterangan:

X_1 = Total Quality Management

X_2 = Just in Time

Y = Kinerja Perusahaan

ϵ = Faktor lain yang mempengaruhi Kinerja Perusahaan

3.4 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini, kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik untuk mengetahui pengaruh *Total Quality Management* dan *Just In Time* terhadap Kinerja Perusahaan.

3.4.1 Alat Pengujian Instrumen

Sebelum data perolehan dianalisis perlu dilakukan uji terhadap alat pengumpulan data melalui Uji Validitas & Uji Reabilitas, sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat mengukur apa yang ingin diukur. Suatu alat ukur yang valid, mempunyai validitas yang tinggi,

sebaliknya alat ukur yang kurang valid berarti mempunyai tingkat validitas yang rendah. Uji Validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi dari masing-masing pernyataan melalui total skor, dengan rumus korelasi *product moment*.

Prosedur uji validitas yaitu membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} yaitu angka kritik tabel korelasi pada derajat kebebasan dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$.

Kriteria pengujian:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid.

Uji validitas ini peneliti lakukan dengan cara mengajukan serangkaian pertanyaan (kuesioner) kepada 14 responden yaitu Distro di Kota Tasikmalaya. Pertanyaan – pertanyaan tersebut dinyatakan valid apabila memiliki nilai koefisiensi korelasi diatas nilai r-tabel yaitu 0,396 dengan taraf signifikansi 5%.

b. Uji Reliabilitas

Reabilitas menunjukan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipakai atau dapat diandalkan. Atau menunjukan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Dengan menggunakan teknik belah dua untuk menghitung reabilitas tersebut maka variable yang ada pada kuesioner tersebut dikelompokkan menjadi dua kelompok. Kelompok pertama adalah penjumlahan item pertanyaan yang ganjil dan kelompok kedua adalah penjumlahan item pertanyaan yang genap. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{tot} = \frac{2(r_n)}{1+r_n} \quad (\text{Masri dan Efendi, 2016: 144})$$

Keterangan:

r_{tot} = Angka reabilitas keseluruhan item

r_n = Angka koefisien belahan ganjil dan belahan genap

Dari hasil perhitungan tersebut, maka kaidah keputusannya adalah:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan reliabel.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan gugur (tidak reliabel).

Untuk mempermudah perhitungan, uji reabilitas akan menggunakan program SPSS 23.00. Hasil uji reliabilitas instrumen penelitian dibedakan menjadi dua macam, yaitu uji reliabilitas pertanyaan-pertanyaan variabel X dan uji reliabilitas pertanyaan-pertanyaan variabel Y.

3.4.2 Metode *Successive Interval*

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini digunakan *Successive Interval Method*. Menurut Al-Rasyid (2015: 12), menyatakan bahwa skala likert jenis ordinal hanya menunjukkan rangkingnya saja. Oleh karena itu, variable yang berskala ordinal terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data yang berskala interval. Adapun langkah kerja *method of successive interval* adalah sebagai berikut:

- a. Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon yang ada).

- b. Bagi setiap bilangan pada F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel), sehingga diperoleh $P_i = F_i/n$.
- c. Jumlahan P (Proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif ($P_{ki} = O_p (1-1) + P_i$).
- d. Proporsi kumulatif (P_k) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bias menemukan nilai Z untuk setiap kategori.
- e. Hitung SV (Scale value) = nilai skala dengan rumus:

$$SV = \frac{\text{Densityatlowerlimit} - \text{Densityatupperlimit}}{\text{areaunderlimit} - \text{areaunderlowerlimit}}$$

Nilai-nilai density diperoleh dari tabel ordinal distribusi norma baku.

- f. SV (*scale value*) yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu (=1).

3.4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Teknik pertimbangan data untuk menentukan pembobotan jawaban responden digunakan untuk menggunakan *skala likert* untuk jenis pertanyaan tertutup yang berskala normal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.3
Formasi nilai, notasi dan predikat masing-masing jawaban untuk pernyataan positif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat setuju	SS	Sangat tinggi
4	Setuju	S	Tinggi
3	Tidak ada pendapat	TAP	Sedang
2	Tidak setuju	TS	Rendah
1	Sangat tidak setuju	STS	Sangat rendah

Tabel 3.4
Formasi nilai, notasi dan predikat masing-masing jawaban untuk
pernyataan Negatif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
1	Sangat setuju	SS	Sangat Rendah
2	Setuju	S	Rendah
3	Tidak ada pendapat	TAP	Sedang
4	Tidak setuju	TS	Tinggi
5	Sangat tidak setuju	STS	Sangat Tinggi

Perhitungan hasil kuisioner dengan prosentasi dan skoring menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{F}{N} \times 100\%$$

(Sudjana, 2015: 79)

Dimana:

X = jumlah prosentase jawaban

F = jumlah jawaban/frekuensi

N = jumlah responden

Setelah diketahui jumlah nilai dari keseluruhan sub variabel maka dapat ditentukan intervalnya, yaitu sebagai berikut:

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

(Sudjana, 2015: 79)

3.4.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Teknik yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Tujuan digunakan analisis jalur (*path analysis*) adalah untuk mengetahui pengaruh seperangkat variabel X terhadap variabel Y, serta untuk mengetahui hubungan antar variabel X. Dalam analisis jalur ini dapat dilihat pengaruh dari setiap

variabel secara bersama – sama. Selain itu juga, tujuan dilakukannya analisa jalur adalah untuk menerangkan pengaruh langsung atau tidak langsung dari beberapa variabel penyebab terhadap variabel lainnya sebagai variabel terikat.

Untuk menentukan besarnya pengaruh suatu variabel ataupun beberapa variabel terhadap variabel lainnya baik pengaruh yang sifatnya langsung atau tidak langsung, maka dapat digunakan Analisis jalur. Menurut Suliyanto (2015: 4) langkah – langkah analisis jalur adalah sebagai berikut:

1. Menggambar diagram jalur.
2. Menghitung matrik korelasi antar variabel.
3. Menghitung matrik korelasi antar variabel bebas.
4. Menghitung matrik invers korelasi antar variabel bebas.
5. Menghitung koefisien jalur.
6. Menghitung koefisien determinasi.
7. Menghitung pengaruh variabel residu.
8. Menghitung pengaruh secara simultan.
9. Menghitung pengaruh secara parsial.
10. Menghitung pengaruh secara proposional.

Tabel 3.10
Formula untuk Mencari Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung
antar Variabel Penelitian

No.	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Jumlah Pengaruh
1	$X_1 \rightarrow Y: (r_{yx_1})^2$		A
		$X_1 - X_2 - Y$ $(r_{yx_1}) * (r_{x_1x_2}) * (r_{yx_2})$	B
	Total Pengaruh X_1 terhadap $Y = A + B = C$		C

2	$X_2 \rightarrow Y: (\rho_{YX_2})^2$	D
	$\frac{X_2 - X_1 - Y}{(\rho_{YX_2}) * (r_{X_1X_2}) * (\rho_{YX_1})}$	E
	Total Pengaruh X_2 terhadap $Y = D + E = F$	F
	$X_1, X_2 \rightarrow Y$	G
	Total Pengaruh X_1, X_2 terhadap $Y = G = C + F$	

Suliyanto (2015: 4)

Untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian ini digunakan program *SPSS for Windows 23.0*.

3.4.5 Pengujian Hipotesis

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

1. Penetapan Hipotesis Operasional

a. Secara Simultan

$H_0 : \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} = 0$ *Total Quality Manegement* dan *Just in Time* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

$H_a : \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} \neq 0$ *Total Quality Manegement* dan *Just in Time* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

b. Secara Parsial

$H_{01} : \rho_{YX_1} = 0$ *Total Quality Manegement* secara Parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

$H_{a1} : \rho_{YX_1} \neq 0$ *Total Quality Manegement* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

$H_{o2} : \rho_{YX_2} = 0$ *Just in Time* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk.

$H_{a2} : \rho_{YX_2} \neq 0$ *Just in Time* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

2. Penetapan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 95% ($\alpha = 0,05$) yang merupakan tingkat signifikansi yang sering digunakan dalam ilmu sosial yang menunjukkan ketiga variabel mempunyai korelasi cukup nyata.

3. Uji Signifikansi

- a. Secara simultan menggunakan uji F
- b. Secara parsial menggunakan uji t

4. Kaidah Keputusan

Secara simultan

Jika *significance F* $< (\alpha = 0,05)$, maka H_o ditolak H_a diterima

Jika *significance F* $> (\alpha = 0,05)$, maka H_o diterima H_a ditolak

Secara parsial

Jika *significance t* $< (\alpha = 0,05)$, maka H_o ditolak H_a diterima

Jika *significance t* $> (\alpha = 0,05)$, maka H_o diterima H_a ditolak

5. Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian seperti tahapan di atas maka akan dilakukan analisis secara kuantitatif. Dari hasil analisis tersebut akan ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang ditetapkan dapat diterima atau ditolak.