

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

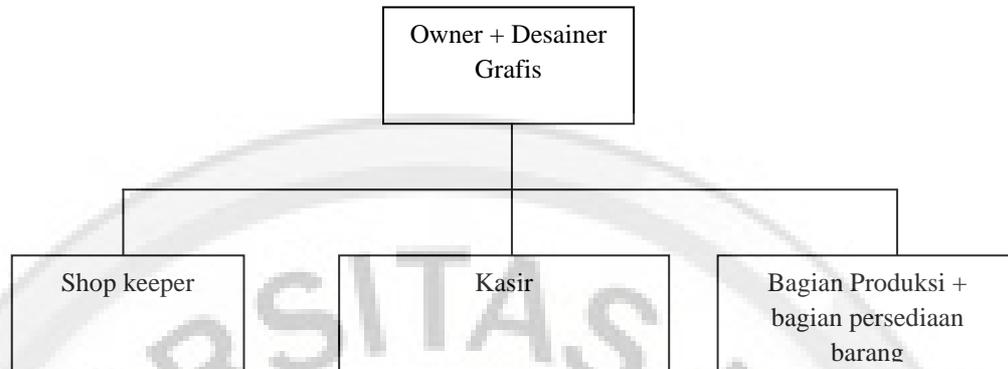
3.1 Objek

3.1.1 sejarah distro flashy bandung

Flashy adalah salah satu industri *fashion* yang berbentuk distro berdiri pada ahir 1990-an di Bandung dan berlokasi di Jalan dipatiukur no 1 Bandung. Didirikan oleh Windy Wulandari dan Ade Andriansyah. Awal berdirinya flashy hanya memproduksi produk berupa tas mini untuk menyimpan ponsel yang saat itu tren di kalangan anak muda, dengan modal produksi hanya dengan Rp.500.000 Windy sendiri mengkhususkan Flashy untuk memproduksi barang fashion bagi kaum hawa. Menurutnya saat itu belum banyak distro yang bermain secara khusus. Produknya pun berkembang tidak hanya tas tetapi juga dompet, baju, hingga aksesoris perempuan.

Agar semakin di kenal, Windy menjalin kerja sama dengan beberapa radio di Bandung. Caranya, ia menitipkan barang untuk barter promosi dengan menyediakan produk Flashy sebagai hadiah kuis radio. Target pasar distro Flashy sendiri adalah kaula muda, karena seperti yang kita tahu Bandung merupakan kota dengan populasi kaula mudanya yang cukup banyak. Selain itu Bandung merupakan destinasi wisata belanja bagi kaum muda kota-kota lain.

3.1.2 struktur organisasi



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Distro flashy

Sumber: Distro Flashy

Distro flashy ini dipimpin langsung oleh pendirinya yaitu Windy yang merangkap sebagai desainer grafis untuk produk-produk distro tersebut, dan dalam usahanya dibantu langsung oleh Ade andriansyah yang menjabat sebagai *store supervisor* yang merangkap sebagai kasir dan *accounting*, serta bagian persediaan barang dan bagian produksi. Berikut ini adalah *job description* dari gambar struktur organisasi diatas:

1. Owner

- Mengambil keputusan di setiap kegiatan
- Menerima laporan penjualan, dan laporan barang masuk
- Mengkordinasi bawahan dalam melaksanakan tugas

2. Store Supervisor

- Bertanggung jawab atas kegiatan operasional toko setiap harinya.

- Bertanggung jawab dalam melakukan *supervise* langsung terhadap pegawai lainnya.
- Berwawasan luas dan mengetahui seluruh informasi tentang produk

3. Shop keeper

- Melayani konsumen secara maksimal, berinisiatif dalam memberikan layanan menjual dan mempromosikan setiap produk kepada konsumen yang berkunjung ke toko.
- Membuat nota pembelian
- Mengelola transaksi penjualan barang baik pemesanan maupun satuan

4. Kasir

- Bertanggung jawab untuk mencatat dan menerima semua transaksi penjualan.
- Bertanggung jawab dalam merencanakan mengarahkan, memonitor , dan mengevaluasi sistem kerja akunting untuk pengelolaan data keuangan dan memprediksi untung rugi perusahaan

5. Bagian Persediaan Barang (Gudang)

- Melakukan pengawasan terhadap barang yang masuk dan barang yang keluar dari gudang sehingga stok barang diketahui dengan jelas.

6. Desainer Grafis

- Membuat desain-desain gambar, dan desain produk yang akan diproduksi.

7. Bagian Produksi

- Membuat produk-produk dari distro

3.2 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian verifikatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan metode yang digunakan adalah studi kasus, yaitu penelitian yang berfungsi mengetahui suatu fenomena, gejala, yang khas atau unik dari suatu individu kelompok, atau objek sosial lainnya. Sehingga dapat diperoleh suatu deskripsi yang rinci mengenai fenomena atau gejala tersebut.

3.2.1 Data, Jenis Data, dan Sumber Data

1. Guna menjawab perumusan masalah no.1 (Bagaimana pelaksanaan desain produk di distro Flashy?) data yang dibutuhkan yaitu pelaksanaan desain produk yang dilakukan distro Flashy → Jenis data: sekunder → Sumber data: *Owner* distro Flashy.
2. Guna menjawab perumusan masalah no.2 (Bagaimana tanggapan responden tentang pelaksanaan desain produk yang dilakukan oleh distro Flashy?), data yang dibutuhkan yaitu tanggapan responden tentang pelaksanaan desain produk yang dilakukan oleh distro Flashy → Jenis data: Primer → Sumber data: Konsumen distro Flashy

3. Guna menjawab perumusan masalah no. 3 (Bagaimana keputusan pembelian produk pada distro Flashy), data yang dibutuhkan yaitu gambaran mengenai keputusan pembelian produk pada distro Flashy Jenis data: primer → Sumber data: Konsunen distro Flashy
4. Guna menjawab perumusan masalah no.4 (Seberapa besar pengaruh desain produk dengan keputusan pembelian pada konsumen distro Flashy?), data yang dibutuhkan yaitu tanggapan responden tentang desain produk yang dilakukan oleh distro Flashy dan tanggapan responden tentang keputusan pembelian produk pada konsumen distro Flashy → Jenis data: Primer → Sumber data: Konsumen distro Flashy.

3.2.2 Populasi, Teknik Sampling, dan Sampel

a. Populasi Penelitian

Populasi sasaran adalah objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu (jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan tingkat pendidikan) yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:115).

b. Teknik Sampling dan Sampel

Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008:116). Sample yang diambil adalah pelanggan yang menggunakan produk distro Flashy, menurut pihak produsen rata-rata terdapat 100 orang pelanggan yang membeli produk. Penentuan

ukuran sample responden dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin (Husein Umar,2005:280) yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = Jumlah populasi

e = Presentase kelonggaran ketidakpastian dengan tingkat kesalahan 10%

$$n = N(1+Ne^2)=1298/\{1+(1298 \times 0,10^2)\}=100$$

$$N = \frac{100}{(100 \cdot 0,1^2) + 1}$$

N = 100 responden

Teknik pengambilan sample yang penulis gunakan adalah teknik non protability sampling, yaitu teknik pengambilan sample yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2010:120). Jenis teknik *non protability sampling* yang digunakan adalah sampling insidental, yang merupakan teknik penentuan sample berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2010:122).

Alasan peneliti menggunakan teknik sampling insidental yaitu agar memberikan kemudahan pada peneliti dalam pengambilan sampel dikarenakan

jumlah populasi tidak diketahui dalam setiap harinya. Dalam hal ini sample dari penelitian ini adalah pelanggan distro Flashy.

3.2.3 Variabel dan Tabel Operasional Variabel

Sugiyono (2008:58) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu:

1. Variabel independen (variabel bebas), yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menyebabkan timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah desain produk (X)
2. Variabel dependent (variabel terikat), yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y)

Operasionalisasi variabel merupakan batasan yang dibuat oleh peneliti terhadap variable penelitian, sehingga diharapkan dapat memberi suatu kejelasan pemahaman terhadap makna pengertian variabel yang dimaksud dalam penelitian. Manfaat dari operasionalisasi variabel adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menentukan skala data
- b. Sebagai acuan dalam pembuatan instrument
- c. Sebagai acuan dalam penentuan alat analisis

Tabel 3.1.

Operasional Variabel

Variable	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala Data
Desain Produk (X) Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan (Kotler dan Keller, 2012:332)			Bentuk (ukuran dan model)	Tanggapan konsumen mengenai bentuk (ukuran dan model)	Ordinal (K1)
			Fitur	Tanggapan konsumen mengenai fitur	Ordinal (K2)
			Mutu Kesesuaian	Tanggapan konsumen mengenai mutu kesesuaian	Ordinal (K3)
			Daya Tahan	Tanggapan konsumen mengenai daya tahan	Ordinal (K4)
			Gaya	Tanggapan konsumen mengenai gaya	Ordinal (K5)

<p>Keputusan Pembelian (Y) keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan-tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai, dan perasaan setelah membeli (Kotler dan Keller, 2012:166)</p>			Pilihan Produk	Tingkat pilihan dalam suatu produk	Ordinal (K6)
			Pilihan Merek	Tingkat pilihan merek	Ordinal (K7)
			Pilihan Saluran Pembelian	Tingkat pemilihan saluran pembelian suatu produk	Ordinal (K8)
			Waktu Pembelian	Tingkat menentukan waktu pembelian suatu produk	Ordinal (K9)

3.2.4 Instrumen, Syarat Instrumen Yang Baik Untuk Pedoman Kuesioner, Dan Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuesioner

a. Instrumen

Alat pengumpul data adalah suatu proses pengadaan data primer maupun data sekunder untuk keperluan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) Pedoman Wawancara

Proses yang dilakukan untuk memperoleh data dengan cara tanya jawab dan tatap muka dengan *owner* distro Flashy, terkait dengan aspek desain produk.

2) Pedoman Kuesioner

Proses yang dilakukan untuk memperoleh data dari pelanggan Distro Flashy dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mengacu pada indikator dari variabel independen, yaitu desain produk dan variabel dependen, yaitu keputusan pembelian.

b. Syarat Instrumen Yang Baik Untuk Pedoman Kuesioner

Syarat instrument yang baik untuk pedoman kuesioner, yaitu meliputi:

1) Diujicoba (*try out*) kepada 30 orang responden dan 30 orang responden tersebut tidak dapat dimasukkan kembali pada anggota responden untuk pedoman kuesioner yang sebenarnya.

2) Memenuhi persyaratan validitas.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghozali, 2002).

$$R_{xy} = \frac{n \sum X_1 \cdot 1 - \sum X_1 \cdot 1 \sum X_1}{\sqrt{((n \sum 1 \cdot 1^2 - (\sum X_1 \cdot 1)^2) - (n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2))}}$$

Dimana:

R_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah responden

X = skor dari item X

Y = skor dari item Y

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur yaitu menggunakan *Coefficient Correlation Pearson* dalam SPSS. Jika nilai signifikansi (P Value) > 0,05 maka tidak terjadi hubungan yang signifikan. Sedangkan apabila nilai signifikansi (P Value) < 0,05 maka terjadi hubungan yang signifikan.

3) Memenuhi persyaratan reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Azwar, 2010;117). Selain menggunakan dengan bantuan SPSS uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha cronbach:

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1) \cdot r}$$

Dimana:

k = jumlah variable manifest yang membentuk variabel laten

r = rata-rata korelasi antar variabel manifest

c. Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuesioner

Mengingat hasil melakukan operasionalisasi variabel diperoleh skala data variabel independent yaitu ordinal dan skala data variabel devenden juga ordinal, maka bentuk instrumen dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau

kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008:132). Dengan asumsi sekurang-kurangnya skala data ordinal, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Setiap jawaban item instrument yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampe sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Tabel 3.2.
Gradasi Skala Likert

No.	Keterangan	Skor Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2008:133)

3.3 Metode Analisis Data

Metode pengolahan dan analisis data dilakukan dengan melalui berbagai tahap berikut:

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan anatara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Menurut Sugiyono (2008:270), persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subyek dalam variable dependen yang diprediksi

X = Subyek pada variable independen yang mempunyai nilai tertentu

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan maupun penurunan)

Sedangkan untuk nilai konstanta a dan b menurut Sugiyono (2008:272) ditentukan dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum Y}{N} - b \frac{\sum X}{N}$$

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

Dengan ketentuan:

Y = Nilai taksiran volume penjualan

X = Nilai proses penjualan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Dalam regresi linear sederhana juga ada yang disebut dengan koefisien korelasi yang menunjukkan bahwa nilai suatu variabel bergantung pada perubahan nilai variabel yang lain. Rumus untuk menghitung koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

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

Guna memenuhi fungsi mencari pengaruh sebab akibat, dengan asumsi adalah setelah melakukan operasional variabel dimana skala data untuk variabel independen dan dependennya adalah skala data ordinal.

Maka untuk memenuhi asumsi rumus ini dengan skala data sekurang-kurangnya adalah interval. Dengan skala data ordinal maka untuk memenuhi asumsi skala data interval harus ditingkatkan lagi dengan menggunakan rumus *Method of Successive Interval* (MSI).

3.4 Transformasi Data

Asumsi yang harus dipenuhi pada saat melakukan analisis regresi data pengamatan minimal memiliki skala pengukuran interval. Agar dapat menggunakan analisis regresi dilakukan proses transformasi data dari skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval melalui suatu metode yang dikenal sebagai *Method of Successive Interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil jawaban responden, untuk setiap pernyataan, hitung frekuensi setiap pilihan jawaban.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
3. Berdasarkan proporsi tersebut, untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.

4. Untuk setiap pernyataan, tentukan nilai batas untuk Z untuk setiap pilihan jawaban.
5. Hitung nilai numerik penskalaan (skala value) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Dimana:

Density at Lower limit = Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit= Kepadatan batas atas

Area Under Upper Limit= Daerah dibawah batas atas

Area Under Lower Limit = Daerah dibawah batas bawah

6. Hitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban dengan persamaan berikut: $\text{Score} = \text{Scale Value} + \text{Scale Value}_{\text{Minimum}} + 1$

3.5 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah penelitian yang dilakukan akan menolak atau menerima hipotesis. Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan uji t. Hipotesis merupakan jawaban sementara yang akan diuji dan dibuktikan kebenarannya. Untuk mengetahui hipotesis maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- $H_0: \rho = 0$, (tidak terdapat pengaruh desain produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y)).
- $H_a: \rho \neq 0$, (terdapat pengaruh antara desain produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y)).

Dari hasil analisis regresi, dapat diketahui nilai t hitung dengan langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

1. Menentukan Hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara variable X dengan variable Y

H_a : Ada pengaruh secara signifikan antara variable X dengan variable Y

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian)

3. Menentukan t hitung

Menentukan t hitung berdasarkan tabel

4. Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan

(df) $n-k-1$ atau $100-1-1=98$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

5. Kriteria Pengujian

H_0 diterima jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$

H_0 ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

6. Membandingkan t hitung dengan t table

Nilai t hitung $> t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

Nilai t hitung $< t_{tabel}$ maka H_0 diterima.