

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek

##### 3.1.1 Sejarah Keripik Maicih Bandung

Maicih merupakan merek dagang dari keripik setan yang pada pertengahan tahun 2010 menjadi jajanan fenomenal di Bandung.

Jajanan satu ini memiliki keunikan dalam hal memasarkan produknya. Maicih tidak membuka toko layaknya penjual kebanyakan tetapi maicih memasarkan produknya melalui media sosial twitter dan facebook. Sehingga bagi para pelanggannya yang ingin membeli keripik maicih harus membuka twitter untuk mengetahui dimana maicih berjualan saat itu. Di awal bisnisnya maicih mengeluarkan 2 varian produk, yaitu : keripik singkong dan gurilem. Keripik maicih ini menawarkan keripik singkong dengan tingkat kepedasan mulai dari level 1-10. Seiring dengan keberhasilan keripik maicih, banyak pesaing baru bermuculan yang menawarkan keripik singkong dengan tingkat kepedasan yang sama dan tekstur keripik singkong yang jauh lebih renyah. Hal ini membuat Maicih harus melakukan strategi diferensiasi yang lebih baik.

### 3.1.2 Struktur Organisasi Manajemen Maicih

- Presiden : Owner Keripik Maicih
- Press / Media Release (PR) : Direktur Operasional Maicih
- Mentri Sdm : Pertanyaan Dan Pendaftaran Jendral Atau Tim Jendral
- Menkominfo : Staff Social Media Maicih
- Mentri Keuangan

### 3.1.3 Varian Produk keripik Maicih

Keripik Singkong Pedas maicih berbeda dari keripik pedas lainnya, selain dari rasanya yang super pedas ( Lv 10) dan pedas biasa ( Lv 3) serta pedas medium ( Lv 5) , juga mempunyai rasa yang gurih, asin, renyah. Terdapat pula produk lain seperti, Basreng ( baso goreng) maicih terbuat dari baso ikan yang di goreng, tidak ada level-level untuk kepedasannya nya, dimana tingkat kepedasannya sedikit dibawah Lv 3 dari keripik singkong maicih. Kemudian maicih mengeluarkan varian baru lagi yaitu makaroni yang ada 3 Jenis ( Lidi = panjang-panjang seperti stick, hileud = kecil-kecil layaknya makaroni normal, dan Lampion = yang berbentuk bulat ber alur). Keripik Singkong maicih Tersedia dalam kemasan 250gr, Basreng maicih pun tersedia dalam kemasan 250gram, untuk Makaroni sendiri ( LIDI+ LAMPION) tersedia dalam kemasan 100gr, sedangkan makaroni Hileud tersedia dalam kemasan 200gr.

## 3.2 Metode Penelitian

### 3.2.1 Jenis Penelitian

Sifat dari penelitian ini adalah penelitian verifikatif, dimana penelitian verifikatif adalah suatu penelitian untuk menguji suatu kebenaran dari suatu hipotesis Sugiyono, (2005:16).

### 3.2.2 Data yang diperlukan dalam penelitian, Jenis Data, Sumber Data

1. Menjawab perumusan masalah no 1 (Bagaimana pelaksanaan diferensiasi Keripik Maicih), diperlukan data tentang:

- Pelaksanaan diferensiasi produk Keripik Maicih. Jenis data : Primer

Sumber data: Management Perusahaan.

2. Menjawab perumusan masalah no 2 (Bagaimana tanggapan konsumen tentang pelaksanaan diferensiasi Keripik Maicih), diperlukan data tentang :

- Tanggapan konsumen tentang pelaksanaan diferensiasi Keripik Maicih. Jenis data : Primer

Sumber data : Konsumen

3. Menjawab perumusan masalah no 3 (Bagaimana keputusan pembelian konsumen Keripik Maicih), diperlukan data tentang:

- Keputusan pembelian konsumen Keripik Maicih. Jenis data : Primer

- Sumber data : konsumen

4. Menjawab perumusan masalah no 4 (Seberapa besar pengaruh pelaksanaan diferensiasi Keripik Maicih terhadap keputusan pembelian konsumen), diperlukan data tentang :

- Pelaksanaan diferensiasi Keripik Maicih. Jenis data : Primer  
Sumber data : Management Perusahaan
- Tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan diferensiasi Keripik Maicih. Jenis data : Primer  
Sumber data : Konsumen

### 3.2.3 Populasi, Teknik Sampling, Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : Objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. **Sugiyono, (2006:72).**

Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah seluruh Konsumen Keripik Maicih Bandung.

#### 2. Teknik Sampling

Teknik sampling (teknik pengambilan sampel) yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dalam penelitian ini teknik samplingnya adalah dengan menggunakan cara kuesioner.

Dalam penelitian ini, teknik penarikan sampel yang digunakan untuk responden dilakukan dengan menggunakan teknik non probability sampling, yaitu teknik penarikan sampel yang tidak memberikan kesempatan (peluang) pada setiap anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel. Teknik non probability sampling digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui (Sugiyono, 2009 : 122).

### 3. Sample

Sampel menurut Sugiyono (2006:73) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul *representative* (mewakili). Dalam Penelitian ini karakteristik yang ditetapkan adalah konsumen Keripik Maich. Namun, karena jumlahnya yang banyak maka peneliti harus membatasi jumlah sampelnya, menjadi 100 sampel.

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus Slovin ( Selvilla Et.Al 1960 : 182).

Rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

E : batas toleransi kesalahan linear

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

$$n = 2.483.977 / \{1 + (2.483.977 \times 0,10^2)\} = 99,9 \gg 100$$

Dengan demikian di butuhkan 100 sampel dalam penelitian ini.

### 3.2.4 Variabel dan Tabel Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2009 : 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 :

- Variabel independent (variabel bebas ) dalam penelitian ini adalah diferensiasi produk ( x).
- Variabel Dependet ( variabel terikat ) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen ( y ).

Operasionalisasi Variabel adalah variabel penelitian yang akan diteliti dan merupakan penjabaran dari variabel-variabel penelitian untuk ditukar melalui alat kuesioner seperti pada Tabel dibawah.

**Tabel 3.1**  
**Tabel Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
<b>Diferensiasi Produk (X)</b> “diferensiasi produk adalah suatu tindakan untuk merancang sebagian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing.” Benyamin Molan (2007:09)			-Bentuk	- Tingkat kemenarikan bentuk.	Ordinal
			-Keistimewaan	- Tingkat keunikan rasa.	Ordinal
				- Tingkat Keunikan Logo	Ordinal
			-Kualitas	- Tingkat kemampuan memuaskan kebutuhan konsumen	Ordinal
			-Mutu kesesuaian	- Tingkat Kualitas	Ordinal
<b>Keputusan Pembelian Konsumen (Y)</b> Proses yang menggambarkan tahapan yang di alami oleh konsumen dalam memutuskan akan membeli atau tidak Kotler &			-Pilihan produk	-Tingkat keberagaman produk	Ordinal
			-Pilihan merek	-Tingkat citra merek	Ordinal
			-Pilihan penyalur	-Tingkat pemilihan penyalur	Ordinal
			-Waktu	-Tingkat waktu keputusan	Ordinal

Armstrong (2008 :207			-Jumlah pembelian	pembelian  -Tingkat jumlah produk yang dibeli	Ordinal
-------------------------	--	--	-------------------	---	---------

### 3.3 Instrumen, Syarat Instrumen Yang Baik Untuk Pedoman Kuesioner, Dan Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuesioner.

#### 3.3.1 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedoman kuisisioner dan pedoman wawancara. Peneliti memperoleh data dari pelanggan Keripik maich dengan cara mewawancarai konsumen dan memberikan beberapa pertanyaan serta memberikan lembaran kuisisioner untuk diisi oleh para konsumen.

#### 3.3.2 Syarat Instrumen Yang Baik Dalam Pedoman Kuesioner

Syarat instrument yang baik dalam pedoman kuesioner, yaitu :

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, lalu harus diujikan menjadi uji validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu

yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghazali, 2002).

Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{n\sum X1.1 - \sum X1.1\sum X1}{\sqrt{((n\sum X1.1^2 - (\sum X1.1)^2)(n\sum X1^2 - (\sum X1)^2))}}$$

Dimana:

$R_{xy}$  : kolerasi Kesetiaan merek

$N$  : banyaknya sample

$X$  : skor dari item X

$Y$  : skor dari item Y

- Memenuhi persyaratan Realibilitas. 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.

Adapun rumus alpha cronbach yang digunakan:

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

Dimana:

$R$  : realibilitas instrumen

K : banyaknya butir pertanyaan karyawan

### 3.3.3 Bentuk Instrumen Untuk Pedoman kuisisioner

Dalam menyajikan pertanyaan atau angket penulis menggunakan skala likert. Menurut Solvin yang dikutip oleh Husein Umar (2000:132) yaitu : “Skala Likert adalah hubungan dengan pernyataan tentang sikap, persepsi, dan tanggapan seseorang terhadap sesuatu”. Dalam angket setiap pertanyaan positif diberikan bobot nilai mulai dari angka 5,4,3,2,1, dan untuk setiap pertanyaan negatif diberikan diberikan bobot nilai mulai dari 1,2,3,4,5.

Hasil saya meneliti variabel independen dan dependen variabel itu adalah ordinal, guna untuk memenuhi ordinal, maka harus diubah menjadi interval dengan menaikannya menggunakan MSI (method of succeeded interval) agar sama dengan asumsi rumus.

### 3.4 Metode Analisis Data

Metode pengolahan dan analisis data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

#### 3.4.1 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 antara 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.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Rumus untuk mendapatkan nilai a adalah sebagai berikut:

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

Rumus untuk b adalah sebagai berikut:

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

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:

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

Rumus tersebut diatas fungsinya untuk mencari hubungan sebab akibat ( Pengaruh ). Asumsinya ( Sekurang-kurangnya data interval ). Mengingat hasil dari operasionalisasi variabel dimana skala data dependen dan independen variabel adalah ordinal (menunjukkan tingkatan), maka guna memenuhi asumsi tersebut maka dilakukan transformasi data menggunakan rumus MSI ( Methods of Succesive Interval ).

### 3.5 Methods of Succesive Interval.

Methods of Succesive Interval digunakan untuk mentransformasikan skala ordinal ke interval. Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi setiap pilihan jawaban responden pada setiap item.
- b. Menghitung proporsi setiap pilihan jawaban responden berdasarkan frekuensi yang diperoleh.
- c. Menghitung proporsi komulatif berdasarkan proporsi yang diperoleh.
- d. Menghitung batas nilai-nilai untuk setiap pilihan jawaban.
- e. Menghitung *scale value* (nilai skala) interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus :

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

atau,

$$S_{vi} = \frac{a-b}{c-d}$$

dimana: a = nilai f (z) i – 1

b = nilai f (z) i

c = nilai proporsi kumulatif ke-i

d = nilai proporsi kumulatif ke-i-1

f. Mencari nilai K (bentuk transformasi) dengan rumus:

$$K = 1 + |SV \min|$$

g. Mencari nilai item baru yang telah discaling dengan rumus:

$$K = Y_i + S_{vi} |K|$$