BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian yang diambil oleh penulis dalam Usulan penelitian ini adalah analisis pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi produk terhadap citra perusahaan pada distro Arena Experience.

Pengertian objek penelelitian menurut Suharsimi Arikunto (2000:29), objek penelitian adalah variabel penelitian, yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian.

Sedangkan benda, hal, atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat dan yang dipermassalahkan disebut objek (Suharsimi Arikunto, 2000:116).

Berdasarkan pengertian diatas, yang dimaksud dengan objek penelitian adalah sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulannya. Penulis menjadikan Kualitas Produk dan Inovasi produk sebagai acuan untuk peningkatan Citra Perusahaan.

3.2 Metodologi Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif karena penulis ingin mendeskripsikan pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi produk terhadap Citra Prusahaan pada Distro Arena Experience.

Menurut Sugiyono (2005:21): "Metode Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas".

Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (2008:45) menyatakan bahwa:

" Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan."

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

3.2.2 Desain Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian yang diangkat oleh peneliti yaitu "Pengaruh kualitas produk dan Inovasi produk terhadap citra perusahaan pada distro Arena Experience ". maka langkah-langkah yang akan dilakukan penulis dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data-data dari pihak Distro Arena Experience.

2. Mengumpulkan data-data mengenai tanggapan para konsumen atas produk yang diberikan Distro Arena Experience sehingga mereka membeli produk Arena Experience serta keluhannya.
3. Membuat hipotesis untuk membuktikan adanya hubungan atau dampak antara Kualitas Produk terhadap Citra Perusahaan.
4. Menganalisa data-data yang diperoleh untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah dibuat.
5. Membuat kesimpulan terhadap hasil hipotesis.
6. Menyusun Penelitian.

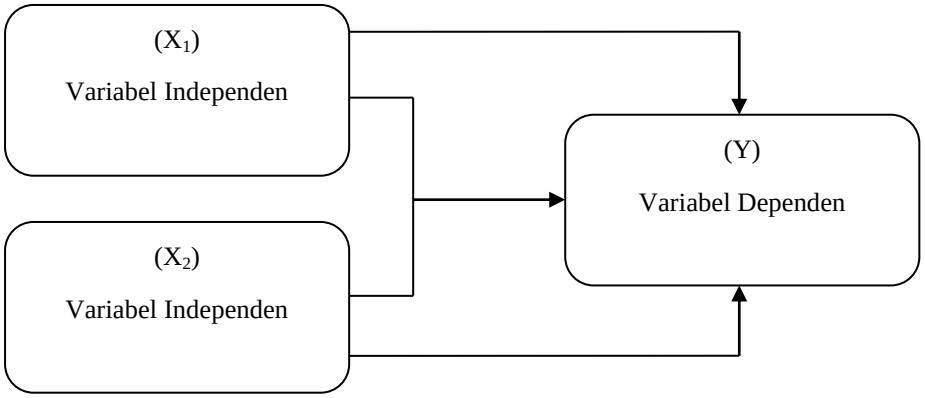
Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode penelitian survey explanatory yang digunakan untuk menjalankan hubungan kausal antara 3 variabel melalui pengujian hipotesis. Untuk menjawab tujuan penelitian yang pertama, kedua dan ketiga yaitu untuk mengetahui tanggapan konsumen distro Arena Experience mengenai Kualitas Produk dan Inovasi produk terhadap Citra Perusahaan digunakan penelitian deskriptif guna menyajikan variabel yang terstruktur, faktual, dan akurat mengenai permasalahan di atas dengan menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak Manajer distro Arena Experience dan penyebaran kuisioner kepada konsumen Distro Arena Experience tersebut.

Sedangkan untuk menjawab tujuan penelitian keempat yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi produk terhadap Citra Perusahaan baik secara simultan dan parsial, digunakan penelitian yang bersifat verifikatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner kepada konsumen Distro Arena Experience. Untuk mempermudah dan memperjelas jalur dan sasaran penelitian yang dilaksanakan, maka peneliti menggunakan matriks penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Matriks Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**		
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**
T – 1	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Konsumen distro Arena Experience
T – 2	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Konsumen distro Arena Experience
T – 3	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Konsumen distro Arena Experience
T – 4	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive dan eksplanatory Survey*	Konsumen distro Arena Experience

Gambar 3.1
Desain Penelitian



Dimana: X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Inovasi Produk

Y = Citra Peusahaan

3.2.3 Operasional Variabel

Operasional variabel dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh pengukuran variabel-variabel penelitian. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat-sifat atau nilai dari seseorang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2005).

1. Variabel bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi penyebab atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Adapun yang menjadi variabel *independent* dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan Inovasi produk.

2. Variabel terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *dependent* adalah citra perusahaan.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Kuesioner
Kualitas Produk (X1) Menurut Philip Kotler dan Gery Armstrong yang diterjemahkan oleh T.Hermaya (2003:243) menyatakan bahwa: "Kualitas produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk".	**Kinerja** -Kinerja produk yang dapat memenuhi harapan konsumen.	-Tingkat Kinerja produk yang dapat memenuhi harapan konsumen	- Ordinal	1.
	Daya tahan -berapa lama atau umur produk bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.	-Tingkat kekuatan dan ketahan produk	- Ordinal	2.
	Kesesuaian -produk yang memenuhi spesifikasi bagi konsumen.	- tingkat produk yang memenuhi spesifikasi bagi konsumen	- Ordinal	3.
	Fitur -produk yang dirancang untuk menyempurnakan	-Tingkat produk yang dirancang untuk menyempurnakan	- Ordinal	4.

	fungsi produk atau menambah fungsi dasar. **Reliabilitas** -probabilitas produk dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. **Estetika** -Bentuk fisik yang menarik. **Kesan** -Persepsi konsumen terhadap produk.	fungsi produk atau menambah fungsi dasar -Tingkat probabilitas produk dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. -Tingkat Bentuk fisik yang menarik -Tingkat Persepsi konsumen terhadap produk	- Ordinal - Ordinal - Ordinal	5. 6. 7.

Inovasi Produk **(X2)** citra perusahaan adalah kesan, perasaan dan gambaran dari publik terhadap perusahaan, kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang-orang atau organisasi. Meriani Setiawan (2007:21)	**Perluasan Produk** (*line extensions*) - Produk yang masih familiar bagi Konsumen	- Tingkat usaha dalam menghasilkan produk familiar bagi organisasi	- Ordinal	8
	- Produk baru bagi pasar	- Tingkat usaha dalam menghasilkan produk baru bagi pasar	- Ordinal	9
	Peniruan Produk (*me too-product*) - Produk yang dianggap baru bagi bisnis	- Tingkat usaha dalam menghasilkan produk baru bagi bisnis	- Ordinal	10
	- Produk yang familiar bagi pasar	- Tingkat usaha dalam menghasilkan produk familiar bagi pasar	- Ordinal	11
	Produk Baru (*new-to-the-world-product*) - Produk yang dianggap baru bagi bisnis dan perusahaan	- Tingkat kemampuan dalam menciptakan produk baru bagi bisnis dan perusaaan	- Ordinal	12

Citra Perusahaan (Y) Keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan (Bharadwaj et al dalam Sensi Tribuana Dewi 2005;133).	**Sekumpulan Kesan** -keprofesionalan dalam melayani konsumen	-Tingkat keprofesionalan dalam melayani konsumen	- Ordinal	13
	Kepercayaan -perusahaan dalam meyakinkan konsumen	-Tingkat perusahaan dalam meyakinkan konsumen	- Ordinal	14
	Sikap -perusahaan dalam memberi tindakan terhadap konsumen	-Tingkat perusahaan dalam memberi tindakan terhadap konsumen	- Ordinal	15

3.2.4 Metode Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek yang bukan hanya orang tetapi juga benda – benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek.

Definisi populasi menurut Nazir adalah:

"Kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri yang telah ditetapkan" (Nazir ,1998 :32).

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Arena Experience yang dating rata-rata tiap hari. Berdasarkan informasi dari pihak Arena Experience diketahui konsumen Arena Experience perhari adalah 55 orang yang datang setiap harinya.

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Adapun definisi sampel menurut Sugiyono adalah:

"Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi, meskipun jumlah sampel relatif kecil tetapi harus dapat mewakili ciri-ciri dan sifat-sifat keseluruhan populasi". (Sugiyono, 2008 : 74)

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah metode sampling, yaitu suatu metode yang memilih sebagian dari populasi untuk dijadikan data yang akan diolah untuk penelitian.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik metode sensus dan sampling *probability sampling*, yaitu teknik sampling yang memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi

untuk dipilih menjadi sampel. Untuk mengetahui populasinya, maka digunakan teknik sampling *simple random sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Untuk membuktikan kebenaran jawaban yang masih sementara (hipotesis), maka peneliti melakukan pengumpulan data pada obyek tertentu. Karena jumlah populasi dibawah angka 100, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sensus.

Menurut Sugiyono pengertian sensus adalah: ”Teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel”. (2008:122)

Menurut Sugiyono tentang sampling jenuh yaitu “Teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 100 orang.” (2009: 85) Istilah lain sampel jenuh adalah dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Penentuan pengambilan sampel ditentukan dengan menggunakan teknik sensus (penelitian survei) jumlah populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah 65 orang, dimana teknik sensus merupakan suatu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur/sitematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh dicatat, diolah dan dianalisis. Pertanyaan terstruktur tersebut dikenal dengan nama kuesioner yang berisikan daftar pertanyaan yang mengukur variabel-variabel, hubungan diantara variabel yang ada, juga pengalaman dari responden.

3.2.5 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

3.2.5.1 Jenis Data

Data yang digunakan oleh peneliti ada dua jenis, yaitu:

1. Data primer, yaitu merupakan data informasi yang diperoleh pengamatan langsung pada pelanggan yang menjadi objek penelitian.
2. Data sekunder, yaitu merupakan data yang diperoleh dari perusahaan, buku-buku, laporan-laporan ilmiah.

3.2.5.2 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

1. Studi Pustaka (*Library Research*)

Yaitu mengumpulkan data dan mempelajari atau membaca pendapat para ahli yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti untuk memperoleh landasan teori – teori yang dapat menunjang penelitian. Sehingga penelitian yang dilaksanakan mempunyai landasan teori yang kuat dan menunjang.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Dalam teknik ini peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mengumpulkan, mengelola, dan menganalisis data yang diperlukan. Adapun studi lapangan yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan langsung terhadap objek penelitian dengan mengunjungi perusahaan.Data atau informasi yang diperoleh didapat secara langsung dari sumber – sumber tertulis yang diberikan

perusahaan.Pengamatan langsung ini dimaksudkan untuk melengkapi data yang diperlukan serta membandingkan keterangan yang diperoleh sebelumnya dengan ketepatan data yang ada diperusahaan.

b. Wawancara

Penulis mengadakan wawancara langsung dengan pihak perusahaan yang berwenang dalam bidang yang berhubungan dengan masalah yang dibahas sehingga memperoleh data – data yang diperlukan.

c. Dokumentasi

Yaitu mengumpulkan dan menganalisa data – data penting tentang perilaku konsumen.

3.2.6 Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis

Pada dasarnya rancangan analisis data yang digunakan terdiri dari dua bagian yaitu analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2005:13), data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar. Sementara untuk data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (skoring). Analisis kualitatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah satu, dua dan tiga, yaitu mengenai kualitas produk, Inovasi produk serta citra perusahaan dengan cara mengelompokan data, ditabulasikan, kemudian diberikan penjelasan. Sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang keempat, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produ dan Inovasi produk terhadap citra perusahaan konsumen Arena Experience.

Untuk mengungkap aspek-aspek atau variabel-variabel yang diteliti, diperlukan suatu alat ukur atau skala tes yang valid dan dapat diandalkan, agar kesimpulan penelitian tidak akan keliru dan memberikan gambaran yang tidak jauh berbeda dengan keadaan yang sebenarnya. Suatu instrumen ukur yang tidak valid dan tidak reliabel akan memberikan informasi yang tidak akurat mengenai keadaan subjek atau individu yang dikenai tes tersebut. Untuk itu perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap alat ukur penelitian ini, yaitu kuesioner.

Sugiyono (2008:110) menyatakan bahwa dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

Pengujian validitas dan reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

3.2.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2009:361), **v**aliditas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Sedangkan valid menurut Sugiyono (2005:173), valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Jadi suatu penelitian dapat dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden terpilih maka harus diadakan uji validitas terlebih dahulu pada butir-butir yang benar-benar mengukur apa yang diukur. Jadi dapat dikatakan semakin tinggi validitas suatu alat ukur maka alat ukur tersebut semakin mengenai pada sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya di ukur.

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total. Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r : Nilai koefesien korelasi pearson

X : Skor item pertanyaan

Y : Skor total item pertanyaan

N : Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Hasil perhitungan uji validitas ditentukan dengan kriteria yang digunakan adalah item valid berarti layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis. Valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor totalnya, dan apabila koefisien korelasinya > 0,30 (Azwar Saefuddin, 1999:158) maka pernyataan

tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika korekasinya < 0,30 menunjukan bahwa data tersebut tidak valid dan akan disisihkan dari analisis selanjutnya.

3.2.6.2 Uji Realibilitas

Pengujian terhadap tingkat reliabilitas atau keandalan dimaksudkan untuk mengetahui apakah kuesioner dapat memberikan ukuran yang konstan dan mampu mengungkapkan data yang dapat dipercaya. Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur digunakan berulang kali. (Umar, 2003 : 87). Reliabilitas mencakup tiga aspek penting, yaitu: alat ukur yang digunakan harus stabil, dapat diandalkan *(dependability)* dan dapat diramalkan *(predictability)*, sehingga alat ukur tersebut mempunyai realibilitas yang tinggi atau dapat dipercaya (Natzir 1998: 61).

Untuk mengetahui ketepatan alat ukur yang digunakan adalah reliabilitas Alpha Cronbach yang rumusnya adalah:

$$r_{xx} = \alpha = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum_{i=1}^{k} s_x^2}{s_y^2}\right)$$

$$s_x^2 = \frac{\sum_{i=1}^{n}\left(X_i - \overline{X}\right)^2}{n-1}$$

$$s_y^2 = \frac{\sum_{i=1}^{n}\left(Y_i - \overline{Y}\right)^2}{n-1}$$

Dimana:

r xx = Nilai koefisien reliabilitas Alpha Cronbach's

k = Jumlah item pertanyaan

s^2_{xi} = Varians masing- masing item

s^2_y = Varians skor total item dari responden

Sekumpulan pertanyaan untuk mengukur suatu variabel dikatakan reliabel dan berhasil mengukur variabel-variabel yang kita ukur jika koefisien reliabilitasnya lebih dari sama dengan 0, 70 (Robert M Kaplan dan Dennis Saccuzo, 1993 : 126).

Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistik, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (reliable).

Tabel. 3.5
Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Realiabilitas

Kriteria	Reliability	Validitas
Good	0,80	0,40
Acceptable	0,70	0,30
Marginal	0,60	0,20
Poor	0,50	0,10

Sumber :Barker et al, 2000:70

3.2.7 Rancangan Analisi dan Perancangan Hipotesis

3.2.7.1 Rancangan Analisis

3.2.7.1.1 Analisis Deskriftif/Kualitatif

Analisis Deskriptif/ kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilhat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

$$\% \text{ Skor} = \frac{\text{Skor actual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

Sumber: Umi Narimawati (2007:84)

Keterangan:

a. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.
b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.8 sebagai berikut:

Tabel 3.7
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 - 36.00	Tidak Baik
2	36.01 - 52.00	Kurang Baik
3	52.01 - 68.00	Cukup
4	68.01 - 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Sumber: Umi Narimawati (2007:84)

3.2.6.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval"* (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

1. Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval

Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval adalah sebagai berikut:

a) Ambil data ordinal hasil kuesioner
b) Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
c) Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulaif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
d) Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
e) Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*.

$$\text{Means of Interval} = \frac{\textit{Density at Lower limit} - \textit{Density at Upper Limit}}{\textit{Area at Below Density Upper Limit} - \textit{Area at Belown LowerLimit}}$$

Dimana:

Means of Interval = Rata-Rata Interval

Density at Lower Limit = Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit = Kepadatan atas bawah

Area Under Upper Limit = Daerah di bawah batas atas

Area Under Lower Limit = Daerah di bawah batas bawah

f) Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Minimal + 1

Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Produk dan Inovasi produk terhadap Citra Perusahaan, dalam hal ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di Distro Arene Experience digunakan analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

2. Analisis Regresi

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \ldots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana :

Y = Variabel Dependen

X1, X2 = Variabel Independen

A = Konstanta

β 1, β 2 = Koefisien Masing-Masing Faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah kualitas produk (X1) dan Inovasi produk (X2), sedangkan variabel dependen adalah citra perusahaan (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

$$Y = \alpha + \beta 1 X1 + \beta\ 2X2 + e$$

Dimana:

Y = Citra Perusahaan

α = Konstanta dari persamaan regresi

β1 = Koefisien regresi dari variable X1, kualitas produk

β2 = Koefisien regresi dari variable X2, Inovasi produk

X1 = Kualitas Produk

X2 = Inovasi produk

e = Tandar error

3. Analisis Korelasi

Menurut Sujana (1989) dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:49) pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\} - \{n(\sum yi^2) - (\sum yi)^2\}}}$$

Dimana: $-1 \leq r \leq +1$

r = Koefisien korelasi
x = Inovasi Produk, Orientasi Pasar
y = Keunggulan Bersaing
n = Jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.8 dibawah ini:

Tabel 3.8
Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber: Syahri Alhusin, 2003: 157

4. Analisis Determinasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2).Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$

$Kd = r^2 \times 100\%$

Dimana:

d = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai dugaan atas jawaban sementara mengenai sesuatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris, untuk mengetahui apakah pernyataan (dugaan/jawaban) itu dapat diterima atau tidak. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Inovasi Produk (X2) terhadap Citra Perusahaan (Y) Langkah – langkah pengujian sebagai berikut:

1. Pengujian Secara Simultan

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan tehadap variabel terikat.

a. Rumusan uji F yang digunakan adalah

$$F_{hitung} = \frac{JK_{\text{Re}gresi} / k}{JK_{(\text{Re}sidu)} / \{n-(k+1)\}}$$

Dimana :

JK $_{residu}$ = Koefisien Korelasi Ganda
K = Jumlah Variabel bebas
n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama – bersama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F-kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan *micro – soft*. Jika nilai $F_{hitung} > F_{kritis}$ maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (kualitas Produk dan Inovasi Produk) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Citra Perusahaan) ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sugiyono (2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumusan *Person.*

b. Hipotesis

H_0 ; β1, β2 = 0, Tidak terdapat Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Citra Perusahaan pada Distro Arena Experience.

H_1 ; β1, β2 ≠ 0, Terdapat Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Citra Perusahaan pada Distro Arena Experience.

c. Kriteria Pengujian

Jika terdapat nilai koefisien jalur variable independen tidak sama dengan nol,maka Ho ditolak dan sebaliknnya apabila semua koefisien jalur sama dengan nol,maka Ho diterima

H_0 ditolak apabila F_{hitung}> dari F_{tabel} ($\alpha = 0{,}05$)

2. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut:

a. Rumus uji t yang digunakan adalah:

$$thitung(x_{1,2}) = \frac{b_{1,2}}{se(b_{1,2})}$$

t_{hitung} diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b. Hipotesis

$H0_{1.}$ ρ= 0, *Kualitas Produk* Tidak *berpengaruh* terhadap *citra perusahaan* pada Distro arena Experience.

$H_{11.}$ ρ ≠ 0, *Kualitas Produk* berpengaruh terhadap *citra perusahaan* pada Distro arena Experience.

$H0_{2.}$ ρ = 0, *Inovasi produk* tidak berpengaruh terhadap *citra perusahaan* pada Distro arena Experience.

$H_{12.}$ ρ ≠ 0, *Inovasi produk* berpengaruh terhadap pada *citra perusahaan* Distro arena Experience.

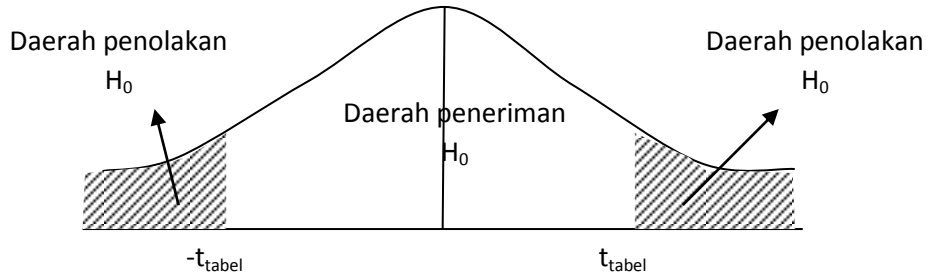
c. Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila t_{hitung}< dari t_{tabel}(α = 0,05)

Jika menggunakan tingkat kekeliruan (α = 0,01) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1:



Gambar 3.1
Daerah penerimaan dan penolakan Ho
Sumber: Sugiyono (2009:185)