

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. OBJEK PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada CV. Kembar Jaya Bandung dengan judul “Analisis Kualitas Produk *GreenBeans* Pada CV. Kembar Jaya Bandung”

Menurut Sugiyono (2012:13) objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid, dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu).

3.2.METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2013:7) “Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari variabel itu dengan variabel lain”. Data tersebut kemudian di analisis untuk memperoleh kesimpulan, dalam penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai Analisis Kualitas Produk *GreenBeans*.

3.2.1. DESAIN PENELITIAN

Dalam sebuah penelitian, diperlukan untuk menyusun skema dan strategi pada pelaksanaan, agar penelitian dapat berjalan baik, efektif dan efisien serta sistematis.

Menurut Umi Narimawati (2010:30) dalam penelitian ini penulis menerapkan desain penelitian yang mencakup proses-proses sebagai berikut:

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi
3. Menetapkan rumusan masalah
4. Menetapkan tujuan penelitian
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori
6. Menetapkan konsep variable sekaligus pengukuran variable penelitian yang digunakan
7. Menetapkan sumber data, Teknik penentuan sample dan Teknik pengumpulan data
8. Melakukan analisis data
9. Melakukan pelaporan hasil penelitian

Dari pemaparan diatas, maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan penelitian yang dilakukan pada waktu yang telah ditetapkan.

3.2.2. OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal karena skala ordinal tidak memiliki angka *absolute* (angka nol), tidak memiliki interval data yang sama dan angka-angka yang ada dalam penomoran tersebut hanyalah menunjukkan tingkat saja, dan lebih sederhana hanya mengelompokan. Adapun konsep operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian dapat diuraikan dalam table berikut:

Tabel 3.1

Operasional Variabel penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Produk	Kotler dan Armstrong (2012 : 230) mendefinisikan bahwa: <i>Product quality : “is one of the marketer’s major positioning tools. Quality has a direct impact on product or service performance; thus, it is closely linked to customer value and satisfaction.”</i> Yang artinya kualitas produk adalah salah satu posisi utama dalam suatu	1. Kinerja (<i>Performance</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian kadar air yang terkandung dalam biji kopi. • Tingkat kesesuaian warna biji kopi. 	Ordinal
		2. Kehandalan (<i>Realibility</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam ukuran kadar air 12% (siap sangrai) • Warna biji kopi 	Ordinal
		3. Daya tahan (<i>Durability</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam ukuran kondisi produk <i>GreenBeans</i> saat dibeli • Tingkat kesesuaian produk <i>GreenBeans</i> saat dibeli 	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> • Dalam ukuran berapa lama kopi dapat di simpan • Tingkat kesesuaian daya tahan <i>GreenBean.</i> 		Ordinal

<p>pemasaran. Kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja produk dan jasa sehingga terkait erat dengan nilai pelanggan dan kepuasan</p>	<p>dan dikonsumsi kembali</p> <p>4. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance To Specification</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dalam ukuran berapa persentase cacat (<i>defect</i>) biji <i>GreenBeans</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian persentase cacat (<i>defect</i>) <i>GreenBeans</i> saat dibeli 	Ordinal
	<p>5. Estetika (<i>Aesthetica</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ukuran kesesuaian aroma produk <i>GreenBeans</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian aroma produk <i>GreenBeans</i> saat dibeli 	Ordinal
	<p>6. Kualitas yang dipersepsikan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ukuran kualitas produk <i>GreenBeans</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian warna produk <i>GreenBeans</i> saat dibeli • Tingkat kesesuaian kualitas produk <i>GreenBeans</i> 	Ordinal

3.2.3. JENIS DAN TEKNIK PENENTUAN DATA

3.2.3.1. JENIS DATA

Data merupakan fakta baik berupa angka maupun dokumentasi yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugiono (2012:137) yang menyatakan bahwa: Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dari kuesioner yang dilakukan.

2. Data sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono (2012:137) data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

3.2.3.2. TEKNIK PENENTUAN DATA

a) Sampel jenuh (Sensus)

Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data yang dapat mewakili seluruh populasi. Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah dengan metode sensus atau sampel jenuh berdasarkan pada ketentuan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2002 : 61-63) “sampling jenuh adalah Teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah dari sampel jenuh adalah sensus.” Jumlah sampel jenuh (sensus) dalam penelitian ini adalah 20 orang yang terdiri dari beberapa pemilik perusahaan *specialty* kopi dan

beberapa konsumen perorangan yang kerap menggunakan dan membeli produk *GreenBeans*.

3.2.4. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1. Studi lapangan (*field research*)

Penulis melakukan penelitian dengan studi lapangan yaitu penulis terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data dan sebagai bahan bukti ditempat penulis teliti. Penelitian lapangan yang dilakukan penulis yaitu sebagai berikut:

- a) Observasi, yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti untuk mendapat data-data yang dibutuhkan.
- b) Wawancara, yaitu dengan cara melakukan komunikasi dengan pihak-pihak terkait sesuai dengan topik yang penulis teliti.
- c) Kuesioner, yaitu dengan cara memberikan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2. Studi kepustakaan (*library research*)

Adalah serangkaian penelitian yang dilakukan dengan membaca literature, buku, makalah, jurnal, data-data penelitian terdahulu untuk mendapatkan data sekunder dan juga sebagai suatu landasan teoritis dalam menganalisis masalah yang diteliti.

3.2.5. METODE ANALISIS

Analisis deskriptif merupakan metode yang bertujuan untuk menggambarkan datanya telah terkumpul sebab-sebab dari suatu gejala tertentu, dimana unsur-unsur yang terdapat pada judul penelitian analisis deskriptif pada dasarnya menitik beratkan pada gambaran yang tepat dan apa adanya tentang objek penelitian.

Untuk pengkategorian tanggapan responden, dilakukan dengan membuat pengkategorian dengan menentukan nilai indeks minimum, maksimum, dan intervalnya serta jarak intervalnya. Sebagai berikut;

1. Nilai indeks minimum adalah skor terendah dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
2. Nilai indeks maksimum adalah skor terendah dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
3. Interval adalah selisis antara nilai indeks minimum dengan nilai indeks maksimum
4. Jarak interval adalah interval ini dibagi dengan jumlah jenjang yang diinginkan.

Adapun perhitungannya adalah sebagi berikut:

$$\text{skor minimum dalam presentase} = \frac{\text{skor minimum}}{\text{skor maksimum}} \times 100\%$$

$$= \frac{1}{5} \times 100\% = 20\%$$

skor maksimum dalam presentase

$$= \frac{\text{skor maksimum}}{\text{skor maksimum}} \times 100\%$$

$$= \frac{5}{5} \times 100\% = 100\%$$

interval dalam presentase = skor maksimum – skor minimum

$$= 100\% - 20\% = 80\%$$

$$\text{interval dalam presentase} = \frac{\text{interval}}{\text{jenjang}}$$

$$= \frac{80}{5} = 16\%$$

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing item penelitian menurut sugiyono (2004) sebagai berikut:

Tabel 3.2
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20% -<36%	Sangat Rendah
36% -<52%	Rendah
52% -<68%	Cukup Tinggi
68% -<84%	Tinggi
84% -<100%	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono (2004)

Sehubungan dengan penelitian ini maka peneliti melakukan kategori sebagai berikut:

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20%-<36%	Sangat Tidak Baik
36%-<52%	Kurang Baik
52%-<68%	Cukup Baik
68%-<84%	Baik
84%-<100%	Sangat Baik