BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian itu dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu.

Penulis melakukan penelitian untuk mengumpulkan data yang dijadikan bahan dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul "Atribut Produk Pisang Ijo Justmine (Studi Kasus Pada Cafe Pisang Ijo Justmine Di Metro Indah Mall Di Kota Bandung)". Sedangkan objek penelitian ini adalah mengenai Atribut Produk Pisang Ijo Justmine Pada Pada Cafe Pisang Ijo Justmine Di Metro Indah Mall Di Kota Bandung.

3.2 Metode Penelitian

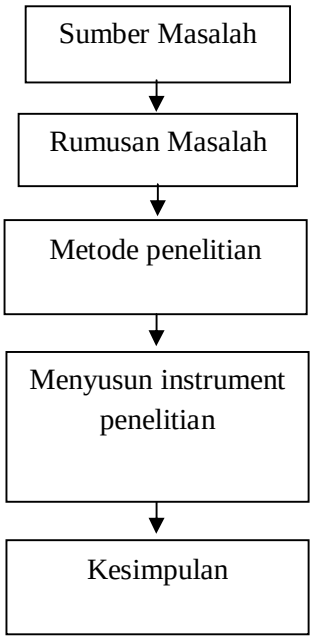
Metode penelitian adalah suatu metode yang dilakukan untuk meneliti dan menyelesaikan suatu masalah yang terjadi, untuk menyusun usulan penelitian ini penulis membutuhkan data dan informasi yang sesuai dengan sifat dan permasalahan, agar data yang diperoleh cukup lengkap untuk membahas permasalahan yang ada.

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif yaitu dengan cara menggambarkan dan membahas keadaan serta kegiatan perusahaan, berdasarkan data dan informasi yang didapat dan dikumpulkan.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian. Penelitian digunakan sebagai alat untuk mencari penyebab dari ketidaktahuan. Penelitian yang baik harus memenuhi syarat–syarat penelitian ilmiah yang ditujukan dengan bagaimana kepatuhan penelitian terhadap metode ilmiah atau *scientific method* yang memiliki pengertian penggunaan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam memprediksikan kejadian yang belum diketahui.

Menurut Sugiyono (2008:13) proses penelitian dapat disimpulkan seperti teori sebagai berikut:



Gambar 3.1

Desain Penelitian

Berdasarkan proses penelitian yang dijelaskan di atas, maka desain pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Sumber Masalah

   Peneliti melakukan survei awal untuk menentukan fenomena yang terjadi untuk dijadikan sebagai sumber masalah sebagai dasar penelitian. Fenomena dalam penelitian ini adalah belum ditemukannya atribut produk yang mendominasi untuk dijadikan dasar oleh konsumen dalam melakukan pembelian.

2. Rumusan Masalah

   Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Proses penemuan masalah merupakan tahap penelitian yang paling sulit karena tujuan penelitian ini adalah menjawab masalah penelitian sehingga suatu penelitian tidak dapat dilakukan dengan baik jika masalahnya tidak dirumuskan secara jelas. Masalah dalam penelitian ini meliputi :

   - Bagaimana tanggapan responden mengenai Atribut produk pisang ijo justmine pada Pada Cafe Pisang Ijo Justmine Di Metro Indah Mall.
   - Apa atribut produk yang paling mendominasi untuk dijadikan dasar dalam konsumen dalam melakukan pembelian.

3. Metode Penelitian

   Peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, pertimbangan ideal untuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian data yang diharapkan dan konsisten yang dikehendaki. Sedangkan pertimbangan praktis adalah,

tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yang lain. Pada penelitian kali ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan metode analisis kualitatif.

4. Menyusun Instrumen Penelitian

   Setelah metode penelitian yang sesuai dipilih, maka peneliti dapat menyusun instrumen penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrumen pada penelitian ini berbentuk kuesioner dan data dari perusahaan terkait. Setelah data terkumpul maka selanjutnya dianalisis untuk menjawab rumusan masalah. Selanjutnya peneliti menganalisis dan mengambil sampel untuk melakukan penelitian mengenai: Analisis Atribut Produk yang diperoleh dari data kuesioner yang akan diisi oleh konsumen cafe Pisang Ijo Justmine .

5. Kesimpulan

   Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

3.2.2 Operasional Variabel

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terikat dalam penelitian , sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan dengan benar Menurut Sugiono , 2008 : 58.

Variabel, indikator, ukuran, skala, pengukuran dan sumber yang digunakan baik untuk Variabel X dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Sumber
Atribut Produk	Atribut produk adalah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen ketika melakukan pembelian. Mustafid,Aan Gunawan (2008;123)	**Merek** - Kemudahan mengingat merek - Pembeda dari produk pesaing - Kesetiaan konsumen terhadap merek	a. Tingkat kemudahan untuk mengingat / mengenali suatu merek b. Tingkat perbedaan merek dengan pesaing c. Tingkat kesetiaan akan merek	Ordinal	Cafe Pisang Ijo Justmine
		Rasa - Memilih aroma dan rasa - Selera konsumen	a. Tingkat kekhasan atau ciri khas yang ada didalam suatu produk b. Tingkat kesesuaian rasa dengan selera konsumen	Ordinal	Cafe Pisang Ijo Justmine

		- Keanekaragaman dari rasa	c. Tingkat variasi rasa yang ada didalam produk		
		Kemasan - Terfokus pada bentuk , keindahan atau performance dari pembungkusnya atau kemasan (package). - Manfaat dari pembungkus tersebut	a. Tingkat kesesuaian antara bentuk , materi pembungkus , warna desain pembungkus, dan sebagainya dengan seleranya b.Tingkat manfaat yang didapatkan oleh konsumen	Ordinal	Cafe Pisang Ijo Justmine
		Ukuran - Kapasitas yang terdapat pada suatu produk yang dapat dilihat dari jenis ukuran , bobot , takaran / porsi pada ukuran produk tersebut.	a. Tingkat takaran atau porsi dari produk tersebut.	Ordinal	Cafe Pisang Ijo Justmine

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengelompokkan ke dalam dua golongan yaitu:

1. Data Primer

   Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner (Sugiyono, 2009:308).

2. Data Sekunder

   Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumentasi (Sugiyono, 2009:308).

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

3.2.3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi atas objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiyono, 2003 : 57)

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen yang berkunjung ke Cafe Pisang Ijo Justmine Bandung yang melakukan transaksi pembelian, yang dijadikan sasaran untuk memperoleh data. Dari hasil penelitian ternyata populasi pengunjung pada Toko Pisang Ijo Justmine Bandung adalah sekitar kurang Lebih 25 pengunjung perhari pengunjung perhari dan penulis mengambil 750 pengunjung sebagai populasi dalam satu bulan hal ini dikarenakan

laporan keuangan di Cafe Pisang Ijo Justmine Bandung dilakukan dalam satu bulan.

3.2.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2003:73), sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jenis yang akan digunakan adalah probability dengan teknik random sampling, yaitu teknik dimana sedemikian rupa sehingga setiap unit penelitian dari populasi mempunyai teknik yang sama untuk dipilih sebagai sample dengan kata lain populasi dianggap homogen. Penulis mengambil anggota sampel dalam penulisan penelitian ini dengan menggunakan rumus:

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan

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

$$n = \frac{750}{1 + 750(10\%)^2}$$

$$n = \frac{750}{1 + 750(0.1)^2}$$

n = 88,235 dibulatkan menjadi 100 orang

Dari penelitian ini, penulis menggunakan sampel sebanyak 750 pengunjung selama satu bulan dengan tingkat kesalahan 10% (0,01) dari perhitungan didapat hasil 100 orang untuk mengadakan penelitian dengan membagikan kuesioner kepada para responden.

Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Probability Sampling* dengan teknik pengambilan sampel *Random Sampling.* Menurut Sugiyono (2009:120), cara pengambilan sampel dengan teknik ini ialah "pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu".

3.2.4.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Adapun metode pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Studi Lapangan *(Field Research)*

   Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data primer yang akurat, merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh penulis dengan menggunakan usaha–usaha khusus, diantaranya dengan terjun langsung ke perusahaan melalui:

a. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara terjun langsung pada bagian kegiatan yang dihadapi melalui pengamatan dan pencatatan sehingga diperoleh data.

b. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara lisan dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini..

c. Kuesioner

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh sejumlah responden. Untuk mendapatkan data yang diperoleh bagi pencapaian sasaran penelitian ini maka digunakan pengukuran melalui sejumlah rseponden.

2. Studi Kepustakaan *(Library Research)*

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku (literature) dan pemilihan teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas. Cara yang dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang menjadi landasan teori guna mendukung data yang diperoleh selama penelitian:

a. Studi Dokumentasi

Yaitu mempelajari dokumen-dokumen yang ada di perusahaan yang berkenan dengan masalah yang diteliti, seperti dokumen mengenai sejarah perkembangan perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan sebagainya yang menunjang penelitian.

b. Studi Literatur

Yaitu mengumpulkan data dengan cara mempelajari buku-buku, makalah dan tugas akhir untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang sedang dibahas, yaitu tentang ekuitas merek.

3.2.5 Metode Analisis

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengelolaan data. Setelah data terkumpul melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai *(scoring)* sesuai dengan sistem yang ditetapkan. *Scoring* dilakukan dengan menggunakan skala likert yaitu 5, 4, 3, 2, 1.

3.2.5.1 Analisis Deskriptif / Kualitatif

Analisis Deskriptif / kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Untuk maksud mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum penelitian responden atau tanggapan responden dilakukan dengan membuat pengkategorian 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.

Sesuai dengan pernyataan dari Rendi Panuju (2000;45) menyatakan bahwa “untuk menentukan kategori tertinggi, sedang dan rendah terlebih dahulu harus

menentukan nilai indeks minimum, maksimum dan intervalnya serta jarak intervalnya" sebagai berikut:

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

Penentuan kategori dalam ukuran persentase dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut:

Skor minimum dalam persentase = $\frac{skor\ minimum}{skor\ maksimum} x\ 100\%$

= $\frac{1}{5} x100$

= 20 %

Skor maksimum dalam persentase = $\frac{skor\ \text{maksimum}}{skor\ maksimum} x\ 100\%$

= $\frac{5}{5} x100\%$

= 100 %

Interval dalam persentase = skor maksimum - skor minimum

= 100 % - 20 %

$= \quad 80\ \%$

Panjang interval dalam persentase $= \quad \frac{interval}{jenjang}$

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

$= \quad 16\ \%$

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing item penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2

Pengkategorian Skor Jawaban

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

3.2.5.2 Analisis Fishben

Untuk menilai/melihat tanggapan konsumen penulis menggunakan model pendekatan analisis Fishben. Dimana dalam pengerjaan menggunakan model Fishben harus menentukan :

1. **Salient Belief**

Setiap produk mempunyai banyak atribut, namun akan lebih baik jika kepada konsumen (responden) ditanya tentang atribut yang relevan atau penting saja, yang disebut Salient Belief. Dalam kasus ini ditentukan atribut adalah Merek, Rasa, Kemasan, Ukuran .

2. Membuat Pertanyaan untuk Mengukur Belief

Setelah atribut ditentukan , konsumen akan ditanya bagaimana keyakianan (belief) dia terhadap atribut tersebut. Isi pertanyaan tentu tidak baku, hanya diusahakan mengukur *keyakinan seseorang terhadap atribut obyek.*

Contoh :

Merek Pisang Ijo Justmine sudah dikenal oleh konsumen :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Cukup

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

3. Membuat Pertanyaan untuk Mengukur Evaluation

Sama dengan pengukuran belief, konsumen akan ditanya bagaimana evaluasi dia terhadap atribut yang telah diukur beliefnya, apakah penting atau tidak

Contoh :

Kemasan Pisang Ijo Justmine memiliki keamanan bagi konsumen :

1 = Sangat Tidak Penting

2 = Tidak Penting

2 = Cukup

3 = Penting

5 = Sangat Penting

4. Mengukur Sikap terhadap Produk

Pengukuran Sikap dilakukan dengan mengukur keseluruhan atribut (multiatribut), dengan rumus :

$Ao = \Sigma (bi \times ei)$

Dimana :

Ao = Sikap terhadap Pisang Ijo Justmine

bi = Keyakinan konsumen terhadap atribut I dari Pisang Ijo Justmine , *sebelum ia membeli atau mengkonsumsinya*

ei = evaluasi konsumen terhadap atribut I dari Pisang Ijo Justmine secara umum tanpa dikaitkan dengan merk tertentu

tanda Σ = penjumlahan dari sejumlah atribut I yang dalam hal ini ada 4 atribut

Konsumen dikatakan mempunyai sikap yang positif terhadap produk adalah jika nilai A_0 = positif (+), begitu juga sebaliknya jika nilai A_0 = negatif (-) maka sikap konsumen terhadap produk adalah negatif.