BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah membahas mengenai Analisis Atribut Produk parfum ruangan calpro pada PT.Hoffmen dengan sub variabel Atribut produk. Setelah dilakukan penelitian ini di harapkan dapat diketahui bagaimana Atribut produk yang dilakukan oleh PT.Hoffmen ini.

Tempat penelitian yang dilakukan peneliti berlokasi di PT. Hoffmen International Cabang Bandung yang beralamat di Komplek Cikawao Permai, Jl Cikawao Kav. C-14 No. 34 Bandung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam metode penelitian ini selain metode yang bersifat deskriptif, menggambarkan suatu fenomena apa adanya berdasarkan kenyataan yang sedang berlangsung, juga dilakukan metode survei yang bersifat verifikatif untuk menguji kebenaran suatu hipotesis. Survei adalah penelitian dengan mengambil sampel dari suatu populasi yang hasilnya dapat mewakili keseluruhan populasi. Sebagai alat pengumpul data yang pokok digunakan kuesioner.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan metode yang penulis teliti, maka penulis mengambil permasalahan sebagai variabel penelitian yaitu variabel Atribut Produk.

Untuk lebih jelasnya, Operasionalisasi Variabel dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Sumber	Skala
Atribut produk	Atribut produk merupakan uraian yang merupakan manfaat-manfaat apa saja yang akan diberikan produk tersebut. Atribut produk diwujudkan dalam bentuk merek, kemasan, lebel, dan kualitas yang sangat mempengaruhi reaksi pelanggan terhadap produk tersebut. Henry Simamora (2000:539)	1. Merek – Sudah banyak dikenal konsumen – Pilihan kosumen dalam melakukan pembelian	• Tingkat dikenalnya merek oleh konsumen • Tingkat pilihan konsumen dalam melakukan pembelian	Konsumen	Ordinal
		2.Kemasan – kemenarikan kemasan – Melindungi produk	• Tingkat kemenarikan kemasan untuk meningkatkan loyalitas konsumen • Tingkat Melindungi produk	Konsumen	Ordinal

		3.Label – Kejelasan Pencantuman Harga Produk – Kejelasan Pencantuman Cara Penggunaan dan Pemeliharaan	• Tingkat Kejelasan Pencantuman Harga Produk • Tingkat Kejelasan Pencantuman Cara Penggunaan dan Pemeliharaan Produk	Konsumen	Ordinal
		4. Kualitas – Kemampuan Mutu	• Tingkat kemampuan mutu	Konsumen	Ordinal

3.2.3. Metode Penarikan Sampel

3.2.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek / subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik / sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono 2009:80).

Dalam penelitian ini, sasaran populasi yang dipilih adalah konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian produk parfum ruangan calpro

PT.Hoffmen International Cabang Bandung yang berjumlah kurang lebih 1000 orang per bulan (sumber dari perusahaan).

3.2.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2009:81). Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk sampel yang diambil dan populasi harus betul-betul representatif.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling* (sampel acak sederhana). Menurut Husein Umar (2000:151) ”*Simple random sampling* (sampel acak sederhana) yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.”

Adapun ukuran sampel yang akan diteliti dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya sesuai dengan jumlah populasi yang disebutkan di atas, yaitu 1000 orang.

Rumus yang digunakan adalah pendapat Slovin yang dikutip dari Drs.Husein Umar (2003:146) yaitu:

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

dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidak teliti karena kesalahan pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil e = 0.1

Konsumen yang melakukan transaksi pembelian produk pada PT.Hoffmen International Bandung berjumlah kurang lebih 1000 orang perbulan (sumber dari perusahaan). Adapun hasil perhitungan dalam penentuan sampel minimal dengan jumlah populasi rata-rata perbulan seperti tersebut diatas, dengan menetapkan presisi sebesar 10% (0,1) maka untuk penelitian pada PT.Hoffmen International Bandung menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1000}{1+1000 \times 0,1^2}$$

= 90,90 dibulatkan menjadi 100 orang

Dari hasil perhitungan diatas, berarti populasi yang dijadikan sampel adalah sebanyak 100 orang responden.

3.2.4 Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

3.2.4.1 Studi lapangan (Field Research)

Yaitu penelitian yang dilakukan di lokasi perusahaan guna mendapatkan data primer dan data sekunder yang berkaitan dengan objek penelitian.

Dalam tekhnik ini terdapat tiga cara yang dilakukan yaitu :

a. Observasi, menurut Umi Narimawati (2007:63):

   Yaitu pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan oleh pengumpul data terhadap gejala / peristiwa yang diselidiki pada obyek penelitian.

b. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan menyebar daftar pertanyaan untuk diisi oleh sejumlah responden. Teknik pengolahan data hasil kuesioner menggunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai positif 5 sampai dengan 1. Pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan, mengenai Atribut produk (variabel X). Karena data ini berskala ordinal, maka selanjutnya nilai-nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan untuk setiap responden.

   Sugiyono (2004:89), mengatakan bahwa jawaban responden kemudian diberi skor dengan menggunakan skala likert, seperti terdapat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.2
Skala Likert

Jawaban	Bobot Nilai Positif	Bobot Nilai Negatif
Sangat setuju	5	1
Setuju	4	2
Cukup	3	3
Tidak setuju	2	4
Sangat tidak setuju	1	5

Sumber : Sugiyono (2004:89)

c. Wawancara, menurut Umi Narimawati (2007:64):

Yaitu pengumpulan data melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pewawancara (pengumpul data) dengan responden (sumber data).

3.2.4.2 Penelitian kepustakaan (Library Research)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku referensi yang berhubungan dengan objek penelitian. Setelah pengumpulan data dilakukan maka data tersebut diolah, dalam penyusunan laporan tugas akhri ini penulis melakukan pengolahan data sebagai berikut :

1. Mengumpulkan terlebih dahulu data-data yang telah diperoleh dari pihak perusahaan.
2. Mengumpulkan dokumen-dokumen tertulis, buku-buku atau literature yang berhubungan dengan materi laporan tugas akhir.

Mengkombinasikan hubungan data yang diperoleh kemudian disusun secara sistematis dalam bentuk penelitian.

3.2.4.3.Uji Validitas dan Realibilitas

3.2.4.3.1. Uji validitas

Sebelum melakukan pengolahan data, terlebih dahulu data yang dikumpulkan melalui kuesioner diuji melalui pengujian data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Agar proses pengujian maupun pengolahan data dapat dilakukan dengan cepat dan tepat, maka pengolahan data menggunakan sarana komputer yaitu aplikasi program spss. Menurut Masrun di kutip Sugiono (2002;124) “item

yang memiliki kolerasi positif dengan kriterium (skor total) serta kolerasi yang tinggi, menunjukan item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula, apabila alat ukur tersebut berada < 0,3 (tidak valid) > 0,3 (valid.)." pengujian statistika mengacu pada criteria:

Dari pengujian yang dilakukan dengan *Spearman Correlation*, dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil bahwa dari 7 pertanyaan yang digunakan dan semua pertanyaan valid karena mempunyai korelasi positif dengan skor total pertanyaan menghasilkan nilai r diatas 0,3. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan valid dalam penelitian ini.

3.2.4.3.2. Uji Reliabilitas

Dari hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan korelasi *Spearman Brown* dengan menggunakan SPSS, setelah dilakukan uji validitas diperoleh hasil bahwa 7 pertanyaa valid. 7 pertanyaan yang valid dilakukan uji reliabilitas mendapatkan skor 0.771 yang artinya diatas 0,3 dikatakan pertanyaan tersebut reliabel.

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. Jawaban kuesioner menggunakan skala likert 5-4-3-2-1 yang digunakan untuk mengukur sikap.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui deskriftif yaitu suatu metode pengambilan data yang menggambarkan keadaan perusahaan berdasarkan data dan informasi yang sebenarnya untuk dianalisis dan kemudian

disusun sebagai bahan pembuatan tugas akhir. Metode ini digunakan karena sesuai dengan penelitian yang akan digunakan penulis terhadap data kuantitatif yang telah dikumpulkan.

Untuk maksud mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum penelitian responden atau tanggapan responden dilakukan dengan membuat pengkategorian sesuai dengan pernyataan dari Redi Panuju (1995:45) bahwa "untuk menentukan kategori tinggi, 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:

$$\text{Skor minimum dalam persentase} = \frac{skor\ \min\ nimum}{skor\ maksimum} \times 100\,\%$$

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

$$= 20\%$$

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

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

$$= 100\%$$

Interval dalam persentase = skor maksimum – skor minimum

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

$$= 80\%$$

Panjang interval dalam persentase $= \frac{Interval}{Jenjang}$

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

$$= 16\%$$

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

Tabel 3.3.
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

Tabel 3.4.
Penilaian Terhadap Tanggapan Responden Mengenai Analisis Atribut Produk Parfum Ruangan Calpro pada PT.Hoffmen

Jawaban	Nilai
Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Kurang Baik	2
Tidak Baik	1