BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah membahas mengenai Analisis Atribut Produk Harum Manis pada CV.Arbie A.L.B dengan sub variabel Atribut produk. Setelah dilakukan penelitian ini di harapkan dapat diketahui bagaimana Atribut produk yang dilakukan oleh CV.Arbie A.L.B

Tempat penelitian yang dilakukan peneliti berlokasi di CV. Arbie A.L.B yang beralamat di JL. Dago Atas.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam menyusun Tugas Akhir metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis, yaitu suatu metode pengambilan data yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya untuk di analisis yang kemudian di susun sebagai bahan pembuatan Tugas akhir. Metode ini digunakan karena sesuai dengan penelitian yang akan digunakan penulis terhadap data kualitatif yang telah dikumpulkan.

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang Pelaksanaan Atribut Produk Harum Manis pada CV. Arbie A.L.B

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 – Konsumen banyak mengenal merk – Daya ingat konsumen terhadap merk	• Tingkat dikenalnya merek oleh konsumen • Tingkat Daya ingat konsumen terhadap merk	Konsumen	Ordinal
		2.Kemasan – kemenarikan kemasan – Melindungi produk	• Tingkat kemenarikan kemasan untuk meningkatkan nilai produk • Tingkat Melindungi produk	Konsumen	Ordinal
		3.Label – Kelengkapan informasi yang diberikan	• Tingkat Kelengkapan informasi yang diberikan	Konsumen	Ordinal

		4. Kualitas – Kemampuan Mutu – Manfaat yang diberikan produk – Keawetan Produk	• Tingkat kemampuan mutu • Tingkat Manfaat yang diberikan produk • Tingat keawetan produk	Konsumen	Ordinal

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 melakukan pembelian Harum Manis CV. Arbie A.L.B, yang dijadikan sasaran untuk memperoleh data. Dari hasil penelitian ternyata populasi pengunjung pada CV. Arbie A.L.B Bandung adalah rata-rata 30 pengunjung konsumen akhir perhari pengunjung perhari dan penulis mengambil 900 pengunjung sebagai populasi dalam satu bulan.

3.2.3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2003:73), sampel 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

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

$$n = \frac{900}{1 + 900(10\%)^2}$$

$$n = \frac{900}{1 + 900(0.1)^2}$$

n = 90 dibulatkan menjadi 100 orang

Dari penelitian ini, penulis menggunakan sampel sebanyak 900 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 Pengumpulan Data

3.2.4.1 Studi lapangan (Field Research)

Studi lapangan 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):

   Observasi 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):

   Wawancara 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)

Penelitian kepustakaan 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.

3.2.5 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

Sumber: Redi Panuju, komunikasi bisnis