BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Obek merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suaitu laporan. Untuk mengumpulkan data yang dijadikan bahan dalam penyusunan Tugas Akhir yang bearjudul "Analisis Kualitas Produk Pada T-shirt Underdog Clothing Bandung" penulis melakukan penelitian pada T-Shirt Underdog Bandung yang beralamat di jalan surapati No. 55 Bandung.

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

3.2 Metode Penelitian

Setiap peneliti harus menggunakan suatu metode tertentu untuk mempermudah pencapaian tujuan yang diharapkan dari penelitian. Dalam kegiatan apapun, metode dan tekhnik analisis harus selalu ada sebagai satu kesatuan yang keberadaannya tidak dapat dipisahkan karena metode dan tekhnik suatu kegiatan penelitian ini, maka penulis menentukan metode tertentu yang disesuaikan dengan masalah dan tujuan yang telah dirumuskan**.**

Menurut Sugiyono (2012: 2) metode penelitian adalah:

> Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan suatu

> pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Berdasarkan penjelasan diatas, metode penelitian adalah suatu cara untuk mencari, mendapatkan, mengumpulkan, mencatat data, baik primer maupun sekunder yang dapat digunakan untuk keperluan menyusun karya ilmiah dan kemudian menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok permasalahan sehingga akan didapat suatu kebenaran atau data yang diperoleh.

Metode deskriptif menurut Sugiyono (2013:7) adalah sebagai berikut:

> Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari variabel itu dengan variabel lain.

3.2.1 Desain Penelitian

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

Menurut Umi Narimawati (2010:30) dalam penelitian ini penulis menerapkan desain penelitian yang mencangkup 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 variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data
8. Melakukan analisis data
9. Melakukan pelaporan hasil penelitian

Dari pemaparan di atas, maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan penelitian mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada waktu yang telah ditetapkan.

3.2.2 Operasional Variabel Penelitan

Menurut Sugiyono (2011:38) Variabel Penelitian merupakan suatu atribut atau sifat, nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Sesuai dengan judul yang penulis ajukan yaitu Analisis Kualitas produk T-shirt pada Clothing Underdog Division, adapun operasional variabel penelitiannya adalah dimensi kualitas produk yang digunakan perusahaan yaitu kinerja, ciri-ciri, kesesuaian dengan spesifikasi,keandalan, daya taha, estetika, kualitas yang dipersepsikan.. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitan

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Produk	Kotler dan Armstrong (2012 : 230) mendefinisikan bahwa: *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."* Yang artinya kualitas produk adalah salah satu posisi utama dalam suatu pemasaran. Kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja produk dan jasa sehingga terkait erat dengan nilai pelanggan dan kepuasaan	1. Kinerja *(performance)* • T-shirt tidak mudah rusak • T-shirt sebagai pakaian sehari-hari yang nyaman untuk dipakai	- Tingkat T-shirt tidak mudah rusak - Tingkat kesesuaian fungsi - Tingkat kemudahan saat menggunakan	Odinal
		2. Ciri – Ciri atau keistimewaan tambahan *(features)* • keistimewaan model T-shirt • desain sablon pada t-shirt memiliki ciri khas	- Tingkat keistimewaan model T-shirt - Tingkat desain sablon pada t-shirt memiliki ciri khas	Ordinal
		3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to spesification*) • T-shirt memiliki karakteristik desain yang sesuai standar • T-shirt yang di tawarkan sesuai dengan tren baru • bahan yang digunakan sesuai dengan standar yang di janjikan	- Tingkat T-shirt memiliki karakteristik desain yang sesuai standar - Tingkat T-shirt yang di tawarkan sesuai dengan tren baru - Tingkat bahan yang digunakan sesuai dengan standar yang di janjikan.	Ordinal
		4. Kehandalan *(Realibility)* • sablon yang digunakan tidak mudah rusak • jahitan T-shirt yang	- Tingkat sablon yang digunakan tidak mudah rusak - Tingkat jahitan T-	Ordinal

		terlihat rapih. • warna pakaian tidak mudah luntur. 5. Daya Tahan *(Durability)* • Daya tahan produk yang baik • Daya tahan T-shirt dalam jangka waktu lama (tahan lama) • T-shirt awet dan tahan lama sesuai dengan harga produk 6. Estetika *(esthetica)* • t-shirt yang ditawarkan memilki kombinasi warna yang serasi • tingkat desain T-shirt menarik konsumen inginn membeli prroduk. 7. Kualitas dengan spesifikasi *(conformance to spesification)* • Kualitas bahan T-shirt yang digunakan bagus • Kualitas jahitan T-shirt	shirt yang terlihat rapih. - Tingkat warna pakaian tidak mudah luntur. - Tingkat Daya tahan produk yang baik - Tingkat daya tahan T-shirt dalam jangka waktu lama (tahan lama) - Tingkat T-shirt awet dan tahan lama sesuai dengan harga produk - Tingkat T-shirt yang ditawarkan memilki kombinasi warna yang serasi. - Tingkat desain T-shirt menarik konsumen ingin membeli produk. - Tingkat kualitas bahan T-shirt yang digunakan bagus - Tinggat Kualitas jahitan T-shirt	Ordinal Ordinal Ordinal

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

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

1. Data primer

   Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti.

   Menurut Sugiyono (2012: 137) yang menyatakan bahwa :

   > Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

   Data primer diperoleh dari kuesioner yang dilakukan.

2. Data Sekunder

   Pengertian dari data sekunder menurut Sugiyono (2012: 137) 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

3.2.3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012: 80), “Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Populasi dari penelitian ini adalah jumlah konsumen yang datang membeli produk pada *Underdog division* clothing Bandung. yang rata-rata pertahunnya kurang lebih berjumlah 3000 orang yang membeli produk T-shirt Underdog

Division Bandung. Pemilihan jumlah populasi ini dirasakan cukup mewakili untuk memberikan data yang diperlukan dalam penelitian.

3.2.3.2.2 Sampel

Sampal adalah sebagian dari populasi itu menurut sugiyono (2012:120), sampel merupakan suatu cara dalam pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh, akaln tetapi sebagian saja dari populasi.

Penulis mengambil anggota sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{\mathrm{N}}{1 + \mathrm{N}.\,\mathrm{e}^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Tingkat kesalahan dalam meraih anggota sampel yang diukur (tingkat kesalahan yang diambil alam sampling ini sebesar 10%).

Dengan menggunakan rumus tersebut, dari populasi sebesar 3666 orang dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{\mathrm{N}}{1 + \mathrm{N}.\,\mathrm{e}^2}$$

$$n = \frac{3666}{1 + 3666.\,0{,}1^2}$$

$$n = 99.77 = 100$$

Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dapat diketahui dari perhitungan untuk ukuran sampel dan tingkat kesalahan sebesar 10% adalah sebanyak 100 responden. Untuk menghindari kesalahan

dalam penyebaran kuesioner maka sampel dibulatkan menjadi 100 orang responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

1. **Studi Lapangan (*field research)***

   Adalah suatu rangkaian penelitian dilapangan atau diperusahaan dengan cara :

   a. Wawancara

      Teknik pengumpulan data dengan melakukan Tanya Jawab Langsung kepada pihak-pihak yang terkait masalah yang diteliti. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara kepada konsumen *clothing* Underdog Division Bandung.

   b. Observasi

      Dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke *Clohing* Underdog Division Bandung untuk memperoleh data yang diperlukan.

   c. Kuesioner

      Adalah tekhnik pengumpulan data melalui formulir yang di dalamnya terdapat pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekelompok orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Hasil kuesioner ini yaitu berupa data-data mengenai Kualitas Produk.

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 sabagai suatu landasan teoritis dalam menganalisis masalah yang diteliti.

3.2.5 Metode Analisis Data

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

Untuk pengkategorian tanggapan resonden, 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 tertinggi dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
3. Interval adalah selisih antara nilai indeks minimum dengan nilai indeks maksimum.
4. Jarak interval adalah interval ini dibagi dengan jumlah jenjang yang diinginkan.

Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$Skor\ minimum\ dalam\ presentase = \frac{skor\ minimum}{\text{skor maximum}}\ x\ 100\%$$

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

$$Skor\ maximum\ dalam\ presentase = \frac{skor\ maximum}{skor\ maximum} x\ 100\%$$

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

$$Interval\ dalam\ presentase = skor\ max - skor\ min$$

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

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

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

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 : Sugiono (2004)

Sehubungan dengan penelitian ini, maka peneliti melakukan kategori sebagai berikut:

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