

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2017:2), metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan, yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang pertama yaitu bagaimana kualitas produk, yang kedua yaitu bagaimana harga, yang ke empat yaitu bagaimana citra perusahaan pada PT. Tahu Tauhid Lembang.

Penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2013:11), yaitu metode penelitian yang berujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang diteliti. Metode verifikatif disini digunakan untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap citra perusahaan PT. Tahu Tauhid Lembang, baik secara simultan maupun parsial.

Metode penelitian deskriptif yang digunakan pada penelitian ini adalah

untuk menjawab rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk pada PT. Tahu Tauhid Lembang.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga pada PT. Tahu Tauhid Lembang.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai citra perusahaan pada PT. Tahu Tauhid Lembang.
4. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk dan harga terhadap citra perusahaan PT. Tahu Tauhid Lembang.

Sedangkan metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk dan harga terhadap citra perusahaan pada PT. Tahu Tauhid Lembang.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang diambil, yaitu Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Citra Perusahaan. Masing-masing variabel didefinisikan dan dibuat operasional variabel berdasarkan dimensi, ukuran dan skala pengukuran. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai definisi variabel dan pengoperasionalisasiannya, yang akan dijelaskan pada berikut ini.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Aspek-aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi 3 (lima) variabel, yaitu 2 (tiga) variabel independen (X), dan 1 (satu) variabel dependen (Z).

Menurut (Sugiyono, 2017:39) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel terikat dan variabel bebas. Berikut penjelasan masing-masing variabel penelitian:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2013:39) mendefinisikan variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2013:39) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel-variabel bebas.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam memudahkan untuk mengukur dan memahami variabel-variabel penelitian diperlukan oprasionalisasi variabel sebagai dasar bagi peneliti dalam menyusun instrumen penelitian. Oprasionalisasi veriabel meliputi penjelasan mengenai nama variabel, definisi variabel, dimensi dan indikator variabel, ukuran variabel dan skala pengukuran yang dibuat dalam bentuk tabel.

Operasionalisasi variabel merupakan indikator yang digunakan dalam penyusunan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang pertama yaitu (X1) adalah kualitas produk. Variabel bebas yang kedua yaitu (X2) adalah harga. Kemudian satu-satunya variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah citra perusahaan. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain

yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran, dan skala dimana variabel penelitian akan diukur dengan skala ordinal.

Operasionalisasi variabel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<p>Kualitas produk “Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.” Kotler dan Armstrong (2014:11)</p> <p>“Kualitas Produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.” Kotler dan Keller (2016:164)</p> <p>“Kualitas produk</p>	Kinerja	Citra rasa produk	Tanggapan konsumen mengenai produk PT. Tahu Tauhid memiliki cita rasa yang sangat baik	Ordinal	1
		Produk sangat higienis	Tanggapan konsumen mengenai produk PT. Tahu Tauhid sangat higienis	Ordinal	2
	Kehandalan	Ciri khas produk	Tanggapan konsumen mengenai produk PT. Tahu Tauhid memiliki ciri yang sangat khas	Ordinal	3
		Banyaknya pilihan pada menu	Tanggapan konsumen mengenai produk PT. Tahu Tauhid memiliki sangat banyak pilihan	Ordinal	4
	Fitur	Tekstur produk lembut	Tanggapan konsumen mengenai produk PT. Tahu Tauhid	Ordinal	5

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<p>merupakan seluruh gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa (perencanaan), pembuatan (produk) dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan-harapan pelanggan.”</p> <p>Feingenbaum yang dialih bahasakan oleh Aris Marwanto (2015:153)</p> <p>“Kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan pelanggan. Keinginan pelanggan tersebut diantaranya keawetan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian serta atribut bernilai lainnya.”</p> <p>Peneliti menyimpulkan dari 3 definisi para ahli</p>			tekstur yang sangat lembut		
		Produk bergizi	Tanggapan konsumen mengenai produk PT. Tahu Tauhid sangat bergizi	Ordinal	6
	Ketahanan	Produk tidak cepat basi	Tanggapan konsumen mengenai produk PT. Tahu Tauhid sangat tidak cepat basi	Ordinal	7
		Produk sangat awet	Tanggapan konsumen mengenai rasa dari produk PT. Tahu Tauhid sangat awet	Ordinal	8
	Konsistensi	Ukuran produk selalu konsisten	Tanggapan konsumen mengenai ukuran dari produk PT. Tahu Tauhid selalu konsisten	Ordinal	9
		Komposisi produk sangat spesifikasi	Tanggapan konsumen mengenai komposisi dari produk PT. Tahu Tauhid sangat sesuai spesifikasi	Ordinal	10
	Desain	Kemasan produk menarik	Tanggapan konsumen mengenai tampilan kemasan dari PT. Tahu Tauhid sangat menarik	Ordinal	11

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
		Tidak pernah mengalami kecacatan pada produk	Tanggapan konsumen mengenai tidak pernah mengalami kecacatan dalam membeli produk PT. Tahu Tauhid	Ordinal	12
<p>Harga “Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa.” Kotler dan Amstrong yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:410)</p> <p>“Harga adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk.” Suparyanto dan Rosad (2015:141)</p> <p>“Harga sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk.” Santon dalam</p>	Keterjangkauan Harga	Harga sangat sesuai kualitas dengan keinginan	Tanggapan konsumen mengenai harga PT. Tahu Tauhid sangat sesuai kualitas dengan keinginan	Ordinal	13
		Harga sangat terjangkau	Tanggapan konsumen mengenai harga PT. Tahu Tauhid sangat terjangkau	Ordinal	14
	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	Harga sangat sesuai dengan kualitas produk	Tanggapan konsumen mengenai harga PT. Tahu Tauhid sangat sesuai dengan kualitas produk	Ordinal	15
		Harga sangat sesuai dengan harapan	Tanggapan konsumen mengenai harga PT. Tahu Tauhid sangat sesuai dengan harapan	Ordinal	16
	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Manfaat	Harga sangat sesuai dengan daya beli	Tanggapan konsumen mengenai harga PT. Tahu Tauhid sangat sesuai dengan daya beli	Ordinal	17

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Rosvita (2013:24) “Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu manfaat atas barang atau jasa baik yang bisa dimiliki maupun digunakan fungsinya karena dimata konsumen harga merupakan atribut penting yang dievaluasi yang merangkap dengan nilai sosial non keuangan yang harus dikorbankan dan bagi perusahaan peran harga dapat membentuk sikap konsumen.” Peneliti menyimpulkan dari 3 definisi para ahli		Harga sangat sesuai dengan manfaat	Tanggapan konsumen mengenai harga PT. Tahu Tauhid sangat sesuai dengan manfaat	Ordinal	18
	Daya Saing Harga	Harga sangat bersaing dengan produk lain	Tanggapan konsumen mengenai harga PT. Tahu Tauhid sangat bersaing dengan produk lain	Ordinal	19
		Harga sangat erjankau dengan pesaing	Tanggapan konsumen mengenai harga PT. Tahu Tauhid sangat terjangkau dengan pesaing	Ordinal	20
	Daftar Harga	Harga sangat sesuai dengan minat beli	Tanggapan konsumen mengenai harga PT. Tahu Tauhid sangat sesuai dengan minat beli	Ordinal	21
		Harga selalu menyertakan daftar harga	Tanggapan konsumen mengenai harga PT. Tahu Tauhid selalu menyertakan daftar harga	Ordinal	22
	Diskon Atau Rabat	Selalu ada diskon	Tanggapan konsumen mengenai PT. Tahu Tauhid selalu ada diskon	Ordinal	23
	Citra Perusahaan “Citra perusahaan juga merupakan	Kepribadian	Perusahaan yang terpercaya	Tanggapan konsumen mengenai PT.	Ordinal

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<p>sebuah konsep intuitif menarik. Sebuah citra yang baik dapat meningkatkan penjualan melalui peningkatan kepuasan pelanggan dan loyalitas. Banyak perusahaan sekarang menyadari pentingnya secara aktif menarik dan mempertahankan karyawannya yang terampil dan berkualitas sebagai komponen penting dari keunggulan kompetitif mereka.” Darani, Afshani (2012:192)</p> <p>“Citra perusahaan tidak dapat di buat hanya dalam semalam, sebaliknya citra perusahaan harus dibangun oleh perusahaan tersebut guna memberikan kesan dan persepsi positif bagi konsumen. Citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap</p>		sangat lama	Tahu Tauhid perusahaan yang terpercaya sangat lama		
		Perusahaan sangat bertanggung jawab	Tanggapan konsumen mengenai PT. Tahu Tauhid merupakan perusahaan yang sangat bertanggung jawab	Ordinal	25
	Reputasi	Kinerja sangat tinggi	Tanggapan konsumen mengenai kinerja PT. Tahu Tauhid sangat tinggi	Ordinal	26
		karyawan selali maksimal dalam melayani konsumen	Tanggapan konsumen mengenai karyawan PT. Tahu Tauhid selalu maksimal dalam melayani konsumen	Ordinal	27
	Nilai	Pelayanan sangat memberikan kebutuhan konsumen	Tanggapan konsumen mengenai pelayanan PT. Tahu Tauhid sangat memberikan kebutuhan konsumen	Ordinal	28
		Memberikan pelayanan yang memuaskan	Tanggapan konsumen mengenai PT. Tahu Tauhid sangat memberikan pelayanan yang memuaskan	Ordinal	29

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<p>suatu objek.” Kotler dan Keller (2013)</p> <p>“Citra perusahaan adalah kondisi persepsi konsumen terhadap segala sesuatu yang melekat pada perusahaan dan sikap konsumen pada perusahaan.” Maruf (2013:8)</p> <p>“Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan adalah persepsi konsumen dan sikap terhadap badan usaha untuk meningkatkan penjualan melalui peningkatan kepuasan pelanggan. Maka dari itu perusahaan sangat harus mempertahankan karyawannya yang terampil dan berkualitas sebagai komponen penting dari keunggulan kompetitif mereka.” Peneliti menyimpulkan dari 3 definisi para ahli</p>	Identitas Perusahaan	Slogan sangat menarik	Tanggapan konsumen mengenai slogan PT. Tahu Tauhid sangat menarik	Ordinal	30
		Slogan mudah di ingat	Tanggapan konsumen mengenai slogan PT. Tahu Tauhid mudah di ingat	Ordinal	31

Sumber: Data diolah oleh penulis 2019

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam melakukan penelitian terdapat objek yang akan diteliti. Dalam hal ini objek tersebut merupakan suatu populasi penelitian. Namun populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh objek tersebut.

Pemberian sampel diperlukan, jika populasi yang diambil sangat banyak, dan peneliti memiliki keterbatasan untuk menjangkau seluruh populasi. Maka penelitian terlebih dahulu harus menentukan populasi, menetapkan jumlah sampel dan teknik sampling yang akan digunakan.

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah atau tempat yang menjadi sumber penelitian. Hal tersebut di perkuat oleh pendapat Sugiyono (2017:80), menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sesuai dengan judul penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap citra perusahaan PT. Tahu Tauhid Lembang. Maka dalam hal ini yang menjadi populasinya adalah konsumen pada PT. Tahu Tauhid Lembang. Selama peneliti melakukan penelitian dalam 1 (satu) minggu terhitung sejak tanggal 15 Juli sampai dengan 21 Juli 2019, jumlah konsumen yang berkunjung pada PT. Tahu Tauhid Lembang, dapat dilihat pada Tabel 3.2 dibawah ini:

Tabel 3.2
Jumlah Populasi Pengunjung PT. Tahu Tauhid Lembang

Tanggal	Hari	Konsumen	Target Pengunjung	Kesenjangan
15 Juli 2019	Senin	247	250	-3
16 Juli 2019	Selasa	209	210	-1
17 Juli 2019	Rabu	232	240	-8
18 Juli 2019	Kamis	249	250	-1
19 Juli 2019	Jumat	265	270	-5
20 Juli 2019	Sabtu	320	320	0
21 Juli 2019	Minggu	303	310	-7
Total		1.825		

Sumber: Observasi langsung pada PT. Tahu Tauhid Lembang

Berdasarkan Tabel 3.2 di atas menunjukkan bahwa jumlah populasi pengunjung perusahaan ini pada 15 Juli 2019 sampai 21 Juli 2019 hampir mencapai target pengunjung. Pada hari Senin, 15 Juli 2019 mendapatkan kesenjangan -3, hari Selasa 16 Juli 2019 kesenjangan -1, hari Rabu 17 Juli 2019 kesenjangan -8, hari Kamis 18 Juli 2019 kesenjangan -1, hari Jumat 19 Juli 2019 kesenjangan -5, hari Sabtu 20 Juli 2019 kesenjangan 0 ini termasuk pengunjung yang mencapai target, dan hari Minggu 21 Juli 2019 kesenjangan -7. Lalu menunjukkan bahwa jumlah populasi yang diteliti dalam penelitian pada jumlah pengunjung PT. Tahu Tauhid Lembang pada tanggal 15 Juli sampai 21 Juli tahun 2019 sebanyak $1.825 / 7 \text{ hari} = 261$ orang. Jumlah dibagi 7 hari berdasarkan data yang diperoleh dari PT. Tahu Tauhid Lembang.

3.3.2 Sampel

Agar dapat mempermudah melakukan penelitian, diperlukan sampel penelitian yang merupakan bagian dari populasi. Adapun sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berdasarkan data yang dapat mewakili populasi

secara keseluruhan. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017:81) yang menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam menentukan sampel pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode slovin. Dalam metode slovin diperlukan batasan toleransi kesalahan. Semakin kecil toleransi kesalahan, semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Rumus metode slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir
(tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Menggunakan rumus Slovin, maka ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{1825}{1 + (1825) \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1825}{1 + (1825 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{1825}{19,25}$$

$$n = 94,80 \text{ (dibulatkan 95)}$$

Jadi, dapat diketahui berdasarkan dari perhitungan diatas maka diperoleh ukuran sampel (n) dalam penelitian ini adalah sebanyak 94 atau dibulatkan menjadi 95 orang pada pengunjung PT.Tahu Tauhid Lembang yang akan dijadikan sebagai ukuran sampel penelitian.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang dan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2017:84).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.4.1 Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan survei langsung ke lapangan (perusahaan) yang menjadi lokasi penelitian. Tujuan penelitian lapangan ini adalah untuk memperoleh data akurat. Adapun data yang diperoleh dengan cara:

a. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung untuk memperoleh data dan informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

b. Observasi

Observasi adalah cara atau teknik memperoleh data dengan mengadakan pengamatan langsung di lokasi penelitian untuk mencatat informasi yang

berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

c. Kuesioner

Kuesioner atau daftar pertanyaan, yaitu dengan cara membuat daftar pertanyaan yang kemudian disebarakan kepada para responden secara langsung. Sehingga, hasil pengisiannya akan lebih jelas dan akurat. Daftar pertanyaan mengenai gambaran umum responden, perhatian dan pendapat umum responden mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap citra perusahaan di PT. Tahu Tauhid Lembang, Kabupaten Bandung Barat.

3.4.2 Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan, yaitu data pendukung yang berhubungan dengan penelitian, yang diperoleh melalui:

- a. Literatur, yaitu referensi yang digunakan untuk mendapatkan informasi.. Bentuk dari literatur dapat berupa *softcopy* atau *hardcopy*. Yang dimaksud *softcopy* adalah materi atau referensi yang berbentuk data komputer. Sedangkan, *hardcopy* adalah materi atau referensi yang berbentuk buku atau yang telah tercetak pada lembaran kertas.
- b. File atau dokumen, yaitu pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data file laporan perusahaan dan data lain yang berhubungan dengan perusahaan.
- c. Jurnal, yaitu data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan, serta penelitian yang dianggap *relevan* dengan topik penelitian.
- d. Internet, yaitu dengan cara mencari data-data yang berhubungan dengan

topik penelitian, yang dipublikasikan dalam internet dengan berbentuk makalah ataupun karya tulis.

3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Dalam memudahkan mengukur setiap variabel atau hubungan variabel dibutuhkan metode analisi yang akan digunakan. Metode analisis tersebut juga memudahkan untuk menarik kesimpulan agar lebih akurat. Penjelasan mengenai metode analisis dan uji hipotesis akan dijelaskan lebih rinci di bawah ini.

3.5.1 Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh respondent atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2017:147). Metode analisis yang akan digunakan adalah analisis data deskriptif dan verifikatif.

Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain.

Sedangkan metode penelitian verifikatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih yang pada dasarnya ingin menguji kebenaran suatu hipotesis.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat dijelaskan bahwa metode deskriptif dan verifikatif merupakan metode yang bertujuan menggambarkan fakta yang terjadi pada setiap indikator variabel dan hubungan antara variabel yang diteliti dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statistik.

Untuk mencari tahu mengenai penelitian, digunakan beberapa pernyataan yang dibuat untuk memudahkan dalam memperoleh data atau keterangan dari responden di PT. Tahu Tauhid Lembang. Kemudian data yang diolah dari hasil pengumpulan kuesioner diberi bobot dalam setiap alternatif jawaban. Pengolahan data dari hasil angket digunakan dengan menggunakan skala *liked*.

Menurut Sugiyono (2017:93), skala *liked* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Skala *liked* mempunyai gradasi jawaban dari sangat positif sampai dengan negatif, yang biasanya dapat berupa kata-kata sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, hingga sangat tidak setuju.

Berikut ini adalah kriteria penilaian yang digunakan pada skala *liked* menurut Sugiyono (2017:94):

Tabel 3.3
Skala Model *Liked*

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017:94)

Mengacu pada ketentuan tersebut, maka jawaban dari setiap responden perlu diubah menjadi skala *interval* dan dapat dihitung skornya yang kemudian ditabulasikan untuk menguji validasi dan reliabilitas data.

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji ketepatan alat ukur atau untuk mengetahui sah tidaknya kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Pengujian validitas digunakan dengan metode *convergent validity* yaitu suatu alat ukur dinyatakan valid jika diantara alat ukur yang digunakan memiliki korelasi yang cukup tinggi.

Skor ordinal dari setiap *item* pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item. Cara menentukan nilai korelasi adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

X = Skor per item

Y = Skor total untuk setiap item

Masrun (dalam Sugiyono, 2017:133) menyatakan “*item* yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa *item* tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula.

Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah $r = 0,3$. Jadi, setiap pertanyaan atau pernyataan yang memiliki tingkat koefisien korelasi dibawah 0,3, maka dapat disimpulkan pernyataan atau pertanyaan tersebut tidak *valid*, sehingga harus dikeluarkan dari kuesioner atau diganti dengan pernyataan perbaikan.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu. Instrumen yang memiliki reliabilitas dapat digunakan untuk mengukur secara berkali-kali dengan menghasilkan data yang sama (konsisten). Instrumen itu dikatakan reliabel apabila memiliki nilai kritis lebih dari 0,7. Menurut Sugiyono (2013:173), bahwa reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *cronbach's alpha*. *Cronbach's alpha* adalah rumus matematis yang digunakan untuk menguji tingkat reliabilitas ukuran.

Rumus reliabilitas *Cronbach's alpha*:

$$r = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2_1} \right)$$

$$= \frac{\sigma^2 - \frac{\sum X^2}{N}}{N}$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Jumlah butir pertanyaan

σ^2_1 = Jumlah total skor belahan genap

Menentukan reliabilitas dari alata ukur dapat dilihat dari nilai alfa. Jika nilai alfa lebih besar dari rtabel, maka dapat dikatakan reliabel. Jika nilai alfa lebih

kecil dari rtabel, maka dapat dikatakan tidak reliabel dan alat ukur tersebut tidak dapat digunakan atau alat ukur tersebut dapat dibuang. Skala dikelompokkan ke dalam lima kelas, dengan *range* yang sama (Juliansyah Noor, 2012:165), maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai *alpha Cronbach* 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.
2. Nilai *alpha Cronbach* 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.
3. Nilai *alpha Cronbach* 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.
4. Nilai *alpha Cronbach* 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel.
5. Nilai *alpha Cronbach* 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel.

3.5.1.3 Method Of Succeshive Internal (MSI)

Data yang diperoleh dari penelitian ini berupa data yang berskala ordinal. Untuk memudahkan dalam pengolahan data, maka data harus terlebih dahulu dirubah menjadi data berskala interval dengan teknik *Method Of Succeshive Internal*. Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Tentukan dengan tegas variabel apa yang akan diukur.
2. Tentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut sebagai proporsi.
4. Tentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai skala (*Scale Value/SV*).

$$SV = \frac{\text{Density of Lower Limit} - \text{Density of Upper Limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{area under lower limit}}$$

Keterangan:

$$Y = SV + IK I$$

$$K = 1 + (SV \text{ min})$$

Untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal ke dalam skala interval, maka peneliti menggunakan media komputerisasi dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

3.5.1.4 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode penelitian yang memberikan gambaran mengenai situasi dan kejadian, dalam melakukan analisis deskriptif diperlukan statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017:147).

Variabel penelitian ini yaitu kompetensi karyawan, budaya organisasi dan prestasi kerja karyawan. Hasil penyebaran kuesioner tersebut selanjutnya dicari rata-ratanya dengan menggunakan rumus dari Husein Umar (2011:130) :

$$\text{nilai rata - rata} = \frac{\sum(\text{frekuensi} \times \text{bobot})}{\sum \text{sampel} (n)}$$

Setelah rata-rata skor dihitung, maka untuk mengkategorikan dan mengklasifikasikan kecenderungan jawaban responden kedalam skala dengan

formulasi sebagai berikut :

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

Lebar skala = $\frac{5-1}{5} = 0,8$

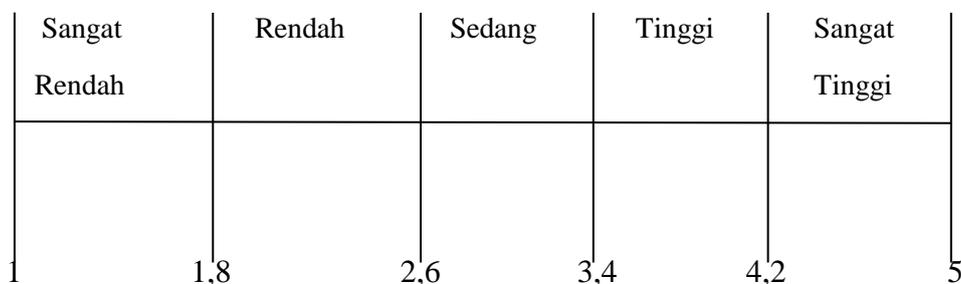
Dalam pengukuran statistik, metode deskriptif dapat dilihat menggunakan perhitungan mean, modus, ataupun frekuensi. Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

Tabel 3.4
Tafsiran Nilai Rata-Rata

No	Keterangan
1,00 - 1,80	Sangat tidak baik / sangat rendah
1,80 - 2,60	Tidak baik / rendah
2,60 - 3,40	Cukup / sedang
3,40 - 4,20	Baik / tinggi
4,20 - 5,00	Sangat baik / sangat tinggi

Sumber : Husein Umar (2011 : 10)

Tafsiran nilai rata-rata tersebut dapat diinterpretasikan kedalam garis kontinum. Garis kontinum dapat dilihat pada gambar 3.1 di bawah ini.



Sumber: Sugiyono (2017:95)

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.5.1.5 Analisis Verifikatif

Dalam analisis verifikatif cara atau teknik statistik yang digunakan adalah statistik *inferensial*. Statistik *inferensial* adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi

(Sugiyono, 2017:148). Metode verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis. Berikut ini merupakan beberapa pengujian yang akan digunakan dalam analisis verifikatif.

A. Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan variabel X_1, X_2 , dengan rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$R = \frac{JK_{regresi}}{\Sigma Y^2}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi berganda

$JK_{regresi}$ = Jumlah kuadrat

Σ = Jumlah kuadrat total korelasi

Untuk mencari $JK_{regresi}$ dihitung dengan menggunakan rumus :

$$JK_{regresi} = b_1 \Sigma x_1 Y + b_2 \Sigma x_2 Y$$

Dimana :

$$\Sigma x_1 Y = \Sigma x_1 Y - \frac{(\Sigma x_1)(\Sigma Y)}{n}$$

$$\Sigma x_2 Y = \Sigma x_2 Y - \frac{(\Sigma x_2)(\Sigma Y)}{n}$$

Untuk mencari ΣY^2 menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\Sigma Y^2 = \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$$

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ yaitu :

- a. Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan positif antara variabel X_1, X_2 , dan variabel Y.
- b. Apabila $r = (-1)$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2 , dan variabel Y.
- c. Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang dikemukakan Sugiyono (2017:184) seperti tertera pada tabel berikut :

Tabel 3.5
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi
Interval Koefisien Tingkat Hubungan

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017:184)

B. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan fungsional diantara variabel independen (kompetensi dan budaya organisasi) dengan variabel dependen (prestasi kerja karyawan). Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumusan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 \dots \dots \dots + b_nx_n + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependent (prestasi kerja karyawan)

a = Kostanta, nilai tetap dari Y jika $x_1x_2 = 0$

b_1b_2 = Koefisien regresi, menunjukkan besarnya pengaruh x_1x_2 (kompetensi dan budaya organisasi)

x_1 = Variabel bebas (kompetensi)

x_2 = Variabel bebas (budaya organisasi)

e = *standart error*

Nilai a , b_1 , b_2 dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\Sigma Y = an + b_1 \Sigma X_1 + b_2 \Sigma X_2$$

$$\Sigma X_1 Y = a \Sigma X_1 + b_1 \Sigma X_1^2 + b_2 \Sigma X_1 X_2$$

$$\Sigma X_2 Y = a \Sigma X_2 + b_1 \Sigma X_1 X_2 + b_2 \Sigma X_2^2$$

Setelah a , b_1 , dan b_2 didapat, maka akan diperoleh persamaan Y

C. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) atau *adjusted R square* bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai (R^2) atau *adjusted R square* adalah diantara nol atau satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan sebaliknya jika mendekati nol. Menurut Sugiyono (2013:98), rumus menghitung koefisien determinasi, yaitu :

$$K_d = R^2 \times 100\%$$

Dimana : $0 \leq r^2 \leq 1$

Keterangan :

K_d = Koefisien determinasi

R^2 = Koefisien determinasi

3.5.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui kebenaran dari dugaan sementara. Hipotesis pada dasarnya diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2017:159). Pengertian tersebut untuk hipotesis penelitian.

Sedangkan secara statistik hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (statistik) (Sugiyono, 2017:160). Oleh karena itu, dalam statistik yang diuji adalah hipotesis nol.

Menurut Sugiyono (2017:160), hipotesis nol adalah pernyataan tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistik (data sampel). Lawan dari hipotesis nol adalah hipotesis alternatif, yang menyatakan ada perbedaan antara parameter dan statistik. Hipotesis nol diberi notasi H_0 . Dan hipotesis alternatif diberi notasi H_a .

Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung kepada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Uji hipotesis antara variabel X_1 (kompetensi), X_2 (budaya organisasi), dan Y (prestasi kerja karyawan).

Menentukan tingkat signifikan, yaitu 5% atau 0,05 dan derajat bebas pembilang (d) = $k - 1$ dan derajat bebas penyebut (d) = $n - k$, untuk mengetahui daerah sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis. Nilai uji F diperoleh dengan perhitungan rumusan sebagai berikut: ²

$$F = \frac{R^2/K}{(1-R^2)(n-K-1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel} ($n-k-1$) = derajat Kebebasan

Hipotesis parsial dengan uji t, uji t bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y signifikan, dengan menggunakan rumus uji t dengan taraf signifikan 5%. Nilai uji t diperoleh dengan perhitungan rumus sebagai berikut:

$$t = r\sqrt{\frac{n - k - 1}{1 - r^2}}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

3.5.2.1 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependent. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai dengan nilai t_{hitung} . Nilai t_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data *coefficients*. Hipotesis statistik yang diajukan, sebagai berikut:

$H_0 = \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas

produk (X1) terhadap citra perusahaan (Y).

$H_a = \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X1) terhadap citra perusahaan (Y).

$H_0 = \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga (X2) terhadap citra perusahaan (Y).

$H_a = \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga (X2) terhadap prestasi citra perusahaan (Y).

Berdasarkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} dengan tingkat signifikan 5%, memiliki ketentuan sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Sedangkan kriteria dari pengambilan hipotesis yang digunakan $\alpha = 0,05$ atau 5 %. Berdasarkan t_{hitung} dan t_{tabel} , memiliki ketentuan sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

3.5.2.2 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Uji F dilaksanakan dengan langkah membandingkan F_{hitung} dari F_{tabel} . F_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data bagian *Analysis of varian* (ANOVA). Hipotesis statistik yang diajukan, sebagai

berikut :

$H_0 = \beta_1 \text{ dan } \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap citra perusahaan (Y).

$H_a = \beta_1 \text{ dan } \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap citra perusahaan (Y).

Kriteria dari pengambilan hipotesis yang digunakan $\alpha = 0,05$ atau 5 %.

Selanjutnya hasil hipotesis F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka ditolak H_0 dan H_a diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka diterima H_0 dan H_a ditolak

Sedangkan untuk tarif nyata memiliki kriteria dari uji F_{sig} yang digunakan $\alpha = 0,05$ atau 5 %. Selanjutnya hasil hipotesis $F_{sig_{hitung}}$ dibandingkan dengan $F_{sig_{tabel}}$ dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika $F_{sig_{hitung}} > F_{sig_{tabel}}$, maka diterima H_0 dan H_a ditolak

Jika $F_{sig_{hitung}} < F_{sig_{tabel}}$, maka ditolak H_0 dan H_a diterima

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat dalam penelitian ini adalah PT.Tahu Tauhid Lembang Jalan Sesko-AU No 20 Lembang. Adapun waktu penelitiannya, yang terhitung sejak bulan Januari sampai dengan Maret 2019.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kompetensi, budaya organisasi, dan prestasi kerja karyawan sebagai mana tercantum dalam

operasionalisasi variabel. Rancangan kuesioner yang dibuat oleh peneliti adalah kuesioner tertutup dimana jawaban dibatasi atau sudah ditentukan oleh penulis, jumlah kuesioner ditentukan berdasarkan indikator variabel penelitian. Seluruh pernyataan kuesioner berjumlah 31, yang terdiri dari 12 pernyataan dari variabel kualitas produk, 11 pertanyaan dari variabel harga dan 8 pernyataan dari variabel citra perusahaan. Skala pengukuran yang digunakan yaitu *skala liked*, dimana setiap jawaban akan diberikan skor dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Sangat setuju (SS) diberikan skor 5.
- b. Setuju (S) diberikan skor 4.
- c. Kurang setuju (KS) diberikan skor 3.
- d. Tidak setuju (TS) diberikan skor 2.
- e. Sangat tidak setuju (STS) diberikan skor 1.