

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk:

6. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian transformer Schneider Indonesia.
7. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian transformer Schneider Indonesia.
8. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian transformer Schneider Indonesia.
9. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian transformer Schneider Indonesia.
10. Untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, kualitas produk dan persepsi risiko secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian transformer Schneider Indonesia.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

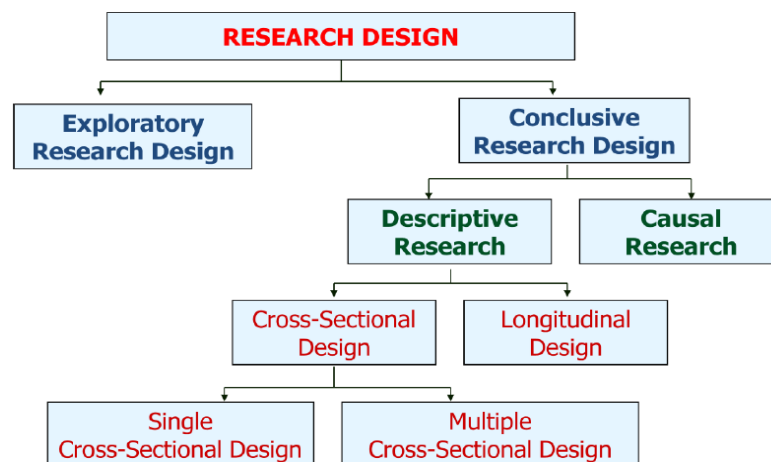
Penelitian ini dilakukan di PT. Schneider Indonesia unit bisnis transformer yang berlokasi di Jl. Swadaya PLN, Klender, Jakarta Timur.

Penelitian ini dilaksanakan dengan beberapa tahap kegiatan yaitu melalui penelitian pendahuluan, penyusunan proposal, seminar proposal, uji

coba instrument penelitian, pengolahan data, penyusunan laporan dan sidang tesis selama 3 bulan yaitu dimulai bulan Agustus sampai bulan Oktober 2013.

C. Metode Penelitian

Rancangan riset merinci suatu prosedur penting untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk menyusun dan atau memecahkan masalah riset pemasaran⁵⁴. Klasifikasi rancangan riset dapat dilihat dalam gambar 3.1 dibawah ini⁵⁵:



Sumber: Malhotra(2005:89)

Gambar 3.1
Klasifikasi Rancangan Riset

Penelitian ini tergolong riset konklusif, dimana tujuan riset konklusif adalah menguji hipotesis spesifik dan menguji hubungan spesifik⁵⁶. Berdasarkan gambar diatas diketahui bahwa riset konklusif terbagi dua yaitu

⁵⁴ Naresh K. Malhotra, *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Edisi Keempat. Jilid 1. Diterjemahkan oleh Soleh Rusyady Maryam (Jakarta:PT. Indeks, 2005) h. 88.

⁵⁵ *Ibid.*, h. 89.

⁵⁶ *Ibid.*, h. 90.

riset deskriptif dan riset kausal. Metode penelitian ini mengambil teknik analisa deskriptif dan kausal, Riset deksriptif adalah suatu jenis riset konklusif yang mempunyai tujuan utama sesuatu-biasanya karakteristik atau fungsi pasar⁵⁷.Pendapat lain, statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi⁵⁸. Selain itu, *descriptive study is undertaken in order to ascertain and be able to describe the characteristics of the variables of interest in a situation*⁵⁹. Maka diketahui metode penelitian deskriptif ini merupakan bagian dari riset konklusif yang berguna untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan data dari variabel yang diteliti.

Riset deskriptif dilaksanakan untuk maksud-maksud berikut⁶⁰:

- Menguraikan karakteristik kelompok yang relevan, seperti konsumen, tenaga penjualan, organisasi, atau wilayah pemasaran.
- Membuat perkiraan presentasi unit dalam populasi khusus yang mempunyai perilaku tertentu.
- Menentukan persepsi karakteristik produk
- Menentukan sejauh mana sejumlah variabel pemasaran berkaitan.

⁵⁷ *Ibid.*,, h. 93.

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), h.206.

⁵⁹ Uma Sekaran dan Roger Bougie, *Research Methods For Business A Skill Building Approach*.United Kingdom: John Wiley & Sons. Ltd, 2009), h.105.

⁶⁰ Malhotra, *op. cit.*, h. 93.

- Membuat perkiraan spesifik.

Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan *cross-sectional studies*. Rancangan cross sectional meliputi pengumpulan data mengenai sampel yang telah ditentukan dari elemen populasi hanya satu kali⁶¹. Selain itu, *cross-sectional studies* ini adalah *a study can be undertaken in which data are gathered just once, perhaps over a period of days or weeks or months, in order to answer research question*⁶².

Riset kausal digunakan untuk membuktikan hubungan sebab akibat (hubungan kausal)⁶³. Selanjutnya dijelaskan riset kausal sesuai dengan maksud-maksud berikut:

- Untuk memahami variabel mana yang mempengaruhi (variabel independen) dan variabel mana yang merupakan akibat (variabel dependen) pada fenomena tertentu.
- Untuk menentukan sifat hubungan antara variabel independen dan pengaruh yang diperkirakan.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset

⁶¹ *Ibid.*, h. 95.

⁶² Uma Sekaran dan Roger Bougie , *op cit.*, h.119.

⁶³ Malhotra, *op. cit.*, h. 100.

pemasaran⁶⁴. Selain itu, Populasi adalah semua individu/unit-unit yang menjadi target penelitian⁶⁵. Populasi yang diambil pada penelitian ini adalah pelanggan (kontraktor) transformer domestik non PLN PT. Schneider Indonesia (UMV Klender) khususnya segment other industries yang telah melakukan transaksi pembelian unit trafo baik itu trafo distribusi maupun *medium power transformer* pada tahun 2012. Jumlah populasi kontraktor yang melakukan transaksi pembelian trafo pada tahun 2012 pada segmen other industries adalah 97 dengan spesifikasi 57 untuk daerah Jabodetabek dan 40 untuk daerah diluar Jabodetabek.

Pelanggan	Segmentasi	Project (Year 2012)	Pelanggan		
			Kontraktor	Distributor	End User
Domestik	Other industries	393	97	17	7

2. Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan sensus. Sensus terdiri dari keseluruhan elemen populasi⁶⁶. Ukuran populasi yang kecil serta varian yang tinggi dalam hal karakteristik yang akan diukur mendukung digunakannya sensus. Maka dalam penelitian ini responden yang diambil sama dengan populasi yaitu 97 responden.

⁶⁴ *Ibid.*, h. 364.

⁶⁵ Purwanto, et al., *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial* (Yogyakarta: Gava Media, 2011). h. 37.

⁶⁶ Malhotra, *op. cit.*, hh. 364-365.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini pengembangan instrumen akan disajikan dalam definisi konseptual, definisi operasional, kisi-kisi instrumen, skala pengukuran instrumen, pengujian validitas instrumen dan penghitungan reliabilitas yaitu sebagai berikut:

1. Instrumen Variabel Keputusan Pembelian

a. Definisi Konseptual:

Keputusan pembelian adalah proses evaluasi yang dilakukan konsumen baik dari sisi produk, merek dan layanan dari beberapa alternative yang ada sehingga terpilih satu dari diantaranya, dimana harga juga beserta resiko yang ada juga berpengaruh dalam hal ini.

b. Definisi Operasional:

Keputusan pembelian adalah proses evaluasi yang dilakukan konsumen trafo PT. Schneider Indonesia yaitu pada penelitian ini adalah kontraktor untuk segmen industri baik dari sisi produk, merek, harga ,dan sebagainya sehingga konsumen memilih dan memutuskan untuk membeli trafo merek Schneider.

c. Kisi-kisi instrumen:

Variabel operasional keputusan pembelian dimensi pengukuran yang digunakan berdasarkan Schiffman dan Kanuk, 2008 yaitu masukan (Y1-1), proses (Y1-2) dan keluaran (Y1-3), yang disajikan dalam tabel 3.1 berikut dibawah ini:

Tabel 3.1
Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Pengukuran	No Item Pertanyaan
Keputusan pembelian adalah proses evaluasi yang dilakukan konsumen trafo PT. Schneider Indonesia yaitu pada penelitian ini adalah kontraktor untuk segmen industri baik dari sisi produk, merek, harga ,dan sebagainya sehingga konsumen memilih dan memutuskan untuk membeli trafo merek Schneider.	Masukan	Penjualan Personal	Menggunakan skala likert 1-5	1
		Merek		2
		Harga		3
		Kualitas		4
	Proses	Pengenalan kebutuhan		5,6
		Penelitian sebelum pembelian mencegah resiko		7,8,9,10
		penilaian alternatif		11,12
	Keluaran	Perilaku pembelian		13,14
		Perilaku Pasca Pembelian		15,16

Sumber: diolah peneliti (2013)

Definisi operasional keputusan pembelian diturunkan menjadi dimensi keputusan pembelian, dengan dimensi pertama adalah masukan merupakan pengaruh luar seperti penjualan personal, merek, harga dan kualitas

mengenai produk trafo Schneider sebagai sumber informasi yang mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk trafo Schneider tersebut. Selanjutnya, dimensi kedua adalah proses yaitu cara atau tahapan yang dilakukan konsumen dalam keputusan pembelian trafo Schneider. Dimensi ketiga adalah keluaran merupakan pengambilan keputusan konsumen dalam membeli trafo Schneider menyangkut dua kegiatan pasca-pembelian yang berhubungan erat: perilaku pembelian dan penilaian pasca pembelian.

d. Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui instrumen yang diteliti sesuai dengan konsep penelitian, Menurut Sekaran dan Bougie mengatakan *validity is a test how well an instrument that is developed measures the particular concept it is intended to measure*.⁶⁷ Pendapat lain, Sugiyono mengatakan hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.⁶⁸ Uji validitas ini menggunakan korelasi pearson moment. Menurut Sugiyono Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r sama dengan 0.3. Artinya, sama atau lebih besar dari 0,3 maka butir instrument dinyatakan valid.⁶⁹

⁶⁷ Sekaran dan Bougie, *op. cit.*, h. 157

⁶⁸ Sugiyono, *op. cit.*, h. 172

⁶⁹ *Ibid.*, h. 188

Hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	59.57	36.530	.520	.879
2	59.27	35.513	.524	.879
3	59.93	33.513	.515	.882
4	59.33	34.920	.591	.876
5	59.57	34.737	.595	.876
6	59.30	36.631	.601	.878
7	59.40	36.455	.423	.882
8	59.37	36.447	.613	.877
9	59.50	35.500	.534	.878
10	59.23	36.875	.595	.878
11	59.40	35.076	.697	.873
12	59.33	35.816	.429	.883
13	59.50	35.293	.471	.881
14	59.73	33.720	.484	.884
15	59.57	33.978	.697	.871
16	59.50	35.500	.678	.874

Berdasarkan tabel 3.2 hasil uji validitas dengan menggunakan rumus korelasi pearson moment pada variabel Keputusan Pembelian menunjukkan nilai koefisien korelasi pada masing-masing item pertanyaan adalah sama atau lebih besar dari 0,3 . Hal ini membuktikan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan valid.

2) Reliabilitas

Selanjutnya Sekaran dan Bougie mengatakan *reliability is a test how consistently a measuring instrument measures whatever concept it is measuring*. Pendapat lain, Sugiyono mengatakan hasil

penelitian yang reliable, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda.⁷⁰ Teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk pengujian reliabilitas adalah dengan cronbach's alpha (CA), Menurut Sekaran dan Bougie, "*reliabilities less than 0,60 are considered to be poor, those in the 0,70 range, acceptable, and those over 0,80 are good*".⁷¹ Maka pada penelitian ini, butir instrumen dianggap reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* > r tabel. Nilai r tabel yang digunakan sebagai batasan adalah 0,6. Hasil uji perhitungan reliabilitas dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.3
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	16

Berdasarkan tabel 3.4, menunjukkan hasil uji reliabilitas variabel Keputusan Pembelian dengan menggunakan Alpha Cronbach's, bahwa nilai Cronbach's Alpha adalah 0,885. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan variabel Keputusan Pembelian adalah reliabel karena lebih besar dari 0,6.

⁷⁰ *Ibid.*, h. 188

⁷¹ Sekaran dan Bougie, *Loc. cit.*, h. 325

2. Instrumen Variabel Citra Merek

a. Definisi Konseptual:

Citra merek adalah gambaran pelanggan mengenai sebuah produk yang terdiri dari atribut, situasi fungsi, pengguna, dan karakteristik perusahaan yang dibuat kuat, menarik, dan unik agar diingat oleh pelanggan sehingga menentukan posisi merek tersebut terhadap merek lainnya

b. Definisi Operasional:

Citra merek merupakan gambaran pembeli trafo Schneider yaitu kontraktor mengenai produk trafo dengan merek yang dibuat kuat, menarik, dan unik agar merek Schneider diingat dan dipilih oleh pelanggan.

c. Kisi-kisi Instrumen:

Variabel operasional citra merek dimensi pengukuran yang digunakan berdasarkan berdasarkan Shwu-Ing and Chen-Lien 2009 dalam Shah et al, 2012 yaitu *awareness for the brand* (X1-1) dan *preference for the brand* (X1-2), yang disajikan dalam tabel 3.2 berikut dibawah ini:

Tabel 3.4
Kisi-kisi Instrumen Citra Merek

Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Pengukuran	No Item Pertanyaan
Citra merek merupakan gambaran	<i>Awareness for the brand</i>	Merek diingat	Menggunakan skala likert 1-5	1
		Merek terkenal		2

pembeli trafo Schneider yaitu kontraktor mengenai produk trafo dengan merek yang dibuat kuat, menarik, dan unik agar merek Schneider diingat dan dipilih oleh pelanggan.	<i>Preference for the brand</i>	Merek dengan kualitas tinggi	3
		Merek dengan pelayanan memuaskan	4
		Merek dengan harga kompetitif	5

Sumber: diolah peneliti (2013)

Definisi operasional citra merek diturunkan menjadi dimensi citra merek, dengan dimensi pertama adalah *awareness for the brand* merupakan kesadaran konsumen mengenai merek trafo Schneider sehingga memilih untuk membeli trafo Schneider. Selanjutnya, dimensi kedua adalah *preference for the brand* merupakan preferensi konsumen mengenai merek trafo Schneider sehingga memilih untuk membeli trafo Schneider.

d. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui instrumen yang diteliti sesuai dengan konsep penelitian, Menurut Sekaran dan Bougie mengatakan *validity is a test how well an instrument that is developed measures the particular concept it is intended to*

measure.⁷² Pendapat lain, Sugiyono mengatakan hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.⁷³ Uji validitas ini menggunakan korelasi pearson moment. Menurut Sugiyono Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r sama dengan 0.3. Artinya, sama atau lebih besar dari 0,3 maka butir instrument dinyatakan valid.⁷⁴

Hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Instrumen Citra Merek

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	12.53	7.016	.760	.837
2	12.63	8.309	.739	.843
3	12.70	8.148	.696	.851
4	12.93	8.340	.739	.843
5	12.93	7.995	.630	.868

Berdasarkan tabel 3.6 hasil uji validitas dengan menggunakan rumus korelasi pearson moment pada variabel citra merek menunjukkan nilai koefisien korelasi pada masing-masing item pertanyaan adalah sama atau lebih besar dari 0,3 Hal ini membuktikan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan valid.

⁷² Sekaran dan Bougie, *op. cit.*, h. 157

⁷³ Sugiyono, *op. cit.*, h. 172

⁷⁴ *Ibid.*, h. 188

2) Reliabilitas

Selanjutnya Sekaran dan Bougie mengatakan *reliability is a test how consistently a measuring instrument measures whatever concept it is measuring*. Pendapat lain, Sugiyono mengatakan hasil penelitian yang reliable, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda.⁷⁵ Teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk pengujian reliabilitas adalah dengan cronbach's alpha (CA), Menurut Sekaran dan Bougie, "*reliabilities less than 0,60 are considered to be poor, those in the 0,70 range, acceptable, and those over 0,80 are good*".⁷⁶ Maka pada penelitian ini, butir instrumen dianggap reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* > r tabel. Nilai r tabel yang digunakan sebagai batasan adalah 0,6. Hasil uji perhitungan reliabilitas dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.6
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	5

Berdasarkan tabel 3.7, menunjukkan hasil uji reliabilitas variabel Citra Merek dengan menggunakan Alpha Cronbach's, bahwa nilai Cronbach's Alpha adalah 0,875. Dari hasil tersebut maka dapat

⁷⁵ *Ibid.*, h. 188

⁷⁶ Sekaran dan Bougie, *Loc. cit.*, h. 325

disimpulkan variabel Citra Merek adalah reliabel karena lebih besar dari 0,6.

3. Instrumen Variabel Harga

a. Definisi Konseptual:

Harga adalah sejumlah uang yang berfungsi sebagai alat tukar dalam mendapatkan produk atau jasa.

b. Definisi Operasional:

Harga merupakan salah satu faktor yang digunakan konsumen trafo yaitu kontraktor sebagai penentu pilihan dalam membeli trafo.

c. Kisi-kisi Instrumen:

Variabel operasional harga dimensi pengukuran yang digunakan berdasarkan J. Stanton, 1994 dalam M Rhendria Dinawan, 2010 yaitu harga yang sesuai kualitas produk (X2-1), harga yang sesuai dengan manfaat produk (X2-2) dan perbandingan harga dengan produk lain (X2-3), yang disajikan dalam tabel 3.3 berikut dibawah ini:

Tabel 3.7
Kisi-Kisi Instrumen Variabel Harga

Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Pengukuran	No Item Pertanyaan
Harga merupakan salah satu faktor yang digunakan konsumen trafo yaitu kontraktor sebagai	harga yang sesuai kualitas produk	harga sesuai spesifikasi	Menggunakan skala likert 1-5	1
		harga sesuai material		2
	harga yang sesuai dengan manfaat produk	harga memenuhi solusi yang dibutuhkan		3
		harga dilengkapi fasilitas pelayanan yang memadai		4

penentu pilihan dalam membeli trafo.	perbandingan harga dengan produk lain	harga bersaing dengan kompetitor	5-6
		harga yang ditawarkan fleksible	6

Sumber: diolah peneliti (2013)

Definisi operasional harga diturunkan menjadi dimensi harga, dengan dimensi pertama adalah harga yang sesuai kualitas produk merupakan harga yang diberikan konsumen senilai dengan kualitas yang baik dari trafo Schneider sehingga memilih untuk membeli trafo Schneider. Selanjutnya, dimensi kedua adalah harga yang sesuai dengan manfaat produk merupakan harga yang diberikan konsumen senilai dengan manfaat yang signifikan dari trafo Schneider sehingga memilih untuk membeli trafo Schneider. Dimensi ketiga adalah perbandingan harga dengan produk lain yaitu harga yang ditawarkan merupakan harga terbaik yang bersaing terhadap kompetitor trafo Schneider sehingga memilih untuk membeli trafo Schneider.

d. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui instrumen yang diteliti sesuai dengan konsep penelitian, Menurut Sekaran dan Bougie mengatakan *validity is a test how well an instrument that is developed measures the particular concept it is intended to measure.*⁷⁷ Pendapat lain, Sugiyono mengatakan hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang

⁷⁷ Sekaran dan Bougie, *op. cit.*, h. 157

terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.⁷⁸ Uji validitas ini menggunakan korelasi pearson moment. Menurut Sugiyono Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r sama dengan 0.3. Artinya, sama atau lebih besar dari 0,3 maka butir instrument dinyatakan valid.⁷⁹

Hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.8
Hasil Uji Validitas Instrumen Harga

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	19.63	6.585	.401	.710
2	19.40	5.559	.591	.647
3	19.43	6.323	.382	.715
4	19.43	6.116	.392	.711
5	19.90	4.507	.486	.693
6	19.87	4.809	.698	.600

Berdasarkan tabel 3.9 hasil uji validitas dengan menggunakan rumus korelasi pearson moment pada variabel harga menunjukkan nilai koefisien korelasi pada masing-masing item pertanyaan adalah sama atau lebih besar dari 0,3. Hal ini membuktikan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan valid.

⁷⁸ Sugiyono, *op. cit.*, h. 172

⁷⁹ *Ibid.*, h. 188

2) Reliabilitas

Selanjutnya Sekaran dan Bougie mengatakan *reliability is a test how consistently a measuring instrument measures whatever concept it is measuring*. Pendapat lain, Sugiyono mengatakan hasil penelitian yang reliable, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda.⁸⁰ Teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk pengujian reliabilitas adalah dengan cronbach's alpha (CA), Menurut Sekaran dan Bougie, *"reliabilities less than 0,60 are considered to be poor, those in the 0,70 range, acceptable, and those over 0,80 are good"*.⁸¹ Maka pada penelitian ini, butir instrumen dianggap reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* > r tabel. Nilai r tabel yang digunakan sebagai batasan adalah 0,6. Hasil uji perhitungan reliabilitas dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.9
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	6

Berdasarkan tabel 3.10, menunjukkan hasil uji reliabilitas variabel Harga dengan menggunakan Alpha Cronbach's, bahwa nilai Cronbach's Alpha adalah 0,721. Dari hasil tersebut maka dapat

⁸⁰ *Ibid.*, h. 188

⁸¹ Sekaran dan Bougie, *Loc. cit.*, h. 325

disimpulkan variabel Harga adalah reliabel karena lebih besar dari 0,6.

4. Instrumen Variabel Kualitas Produk

a. Definisi Konseptual

Kualitas produk merupakan pengalaman baik pelanggan terhadap segala sesuatu yang ditawarkan kepada pelanggan karena memenuhi unsur kepuasan pelanggan sehingga kompetitif di pasar

b. Definisi Operasional:

Kualitas produk merupakan pengalaman baik pelanggan transformer (kontraktor) yaitu terhadap segala sesuatu produk transformer yang ditawarkan kepada pelanggan karena memenuhi unsur kepuasan pelanggan sehingga kompetitif di pasar

c. Kisi-kisi Instrumen:

Variabel operasional kualitas produk dimensi pengukuran yang digunakan berdasarkan David Garvin 1996 dalam Shahrudin et al, 2011 yaitu harga yang sesuai kualitas *performance* (X3-1), *features* (X3-2), *Conformance* (X3-3), *reliability* (X3-4), *durability* (X3-5), *serviceability* (X3-6) dan *customer perceived quality* (X3-7), yang disajikan dalam tabel 3.4 berikut dibawah ini:

Tabel 3.10
Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Produk

Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Pengukuran	No Item Pertanyaan
Kualitas produk merupakan pengalaman baik pelanggan transformer (kontraktor) yaitu terhadap segala sesuatu produk transformer yang ditawarkan kepada pelanggan karena memenuhi unsur kepuasan pelanggan sehingga kompetitif di pasar	<i>Performance</i>	<i>Losses</i>	Menggunakan skala likert 1-5	1
		<i>Impedance</i>		2
		<i>Noise</i>		3
	<i>Features</i>	Tipe		4,5
		aksesoris		6
		Varian rating dan tegangan		7
	<i>Conformance</i>	Sesuai mutu		8
		sesuai standart		9
	<i>Reliability</i>	Konstruksi kuat		10
		low maintenance		11
	<i>Durability</i>	Garansi jaminan kehandalan produk		12
		<i>lifetime</i> trafo		13
	<i>Serviceability</i>	<i>supervising</i> dan <i>training</i>		14
		memiliki tenaga servicing		15
		memiliki tenaga ahli renew trafo		16
	<i>Customer perceived quality</i>	Trafo berkualitas baik		17
		trafo dengan citra yang bagus dan mendunia		18

Sumber: diolah peneliti (2013)

Definisi operasional kualitas produk diturunkan menjadi dimensi kualitas produk, dengan dimensi pertama adalah *performance* yaitu karakteristik operasi ataupun performa yang bagus dari trafo. Dimensi kedua adalah *features* merupakan keunggulan tambahan dari trafo Schneider. Dimensi ketiga adalah *conformance* yaitu disain dan karakteristik operasi produk trafo Schneider sesuai dengan standart. Dimensi keempat adalah *Reliability* yaitu kemampuan akan kekuatan produk trafo Schneider untuk berkerja dengan baik. Selanjutnya, dimensi kelima adalah *durability* yaitu nilai yang didapat

konsumen terhadap trafo Schneider sebelum produk tersebut kinerjanya menurun ataupun butuh penggantian menjadi baru. Dimensi keenam yaitu *serviceability* adalah kemampuan Schneider Indonesia dalam hal pelayanan pemasangan, perbaikan maupun rekonstruksi trafo. Dimensi ketujuh adalah *customer perceived quality* persepsi konsumen terhadap PT. Schneider Indonesia.

d. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui instrumen yang diteliti sesuai dengan konsep penelitian, Menurut Sekaran dan Bougie mengatakan *validity is a test how well an instrument that is developed measures the particular concept it is intended to measure*.⁸² Pendapat lain, Sugiyono mengatakan hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.⁸³ Uji validitas ini menggunakan korelasi Pearson moment. Menurut Sugiyono Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r sama dengan 0.3. Artinya, sama atau lebih besar dari 0,3 maka butir instrument dinyatakan valid.⁸⁴ Hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

⁸² Sekaran dan Bougie, *op. cit.*, h. 157

⁸³ Sugiyono, *op. cit.*, h. 172

⁸⁴ *Ibid.*, h. 188

Tabel 3.11
Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	68.93	46.133	.715	.918
2	68.90	45.472	.683	.919
3	68.97	47.482	.561	.922
4	68.97	46.240	.487	.924
5	68.73	47.030	.640	.920
6	68.87	45.844	.554	.922
7	68.80	46.441	.609	.920
8	68.80	48.372	.489	.923
9	68.80	47.476	.643	.920
10	68.90	45.817	.639	.920
11	68.83	46.833	.428	.926
12	68.70	46.217	.736	.918
13	69.00	44.897	.803	.916
14	68.93	45.030	.779	.916
15	68.93	44.409	.662	.919
16	69.10	43.403	.675	.919
17	68.83	47.730	.651	.921
18	68.87	45.913	.547	.922

Berdasarkan tabel 3.12 uji validitas dengan menggunakan rumus korelasi pearson moment pada variabel kualitas produk menunjukkan nilai koefisien korelasi pada masing-masing item pertanyaan adalah sama atau lebih besar dari 0,3. Hal ini membuktikan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan valid.

2) Reliabilitas

Selanjutnya Sekaran dan Bougie mengatakan *reliability is a test how consistently a measuring instrument measures*

whatever concept it is measuring. Pendapat lain, Sugiyono mengatakan hasil penelitian yang reliable, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda.⁸⁵ Teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk pengujian reliabilitas adalah dengan cronbach's alpha (CA), Menurut Sekaran dan Bougie, *"reliabilities less than 0,60 are considered to be poor, those in the 0,70 range, acceptable, and those over 0,80 are good"*.⁸⁶ Maka pada penelitian ini, butir instrumen dianggap reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* > r tabel. Nilai r tabel yang digunakan sebagai batasan adalah 0,6.

Hasil uji perhitungan reliabilitas dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.12
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.924	18

Berdasarkan tabel 3.7, menunjukkan hasil uji reliabilitas variabel Kualitas Produk dengan menggunakan Alpha Cronbach's, bahwa nilai Cronbach's Alpha adalah 0,924. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan variabel Kualitas Produk adalah reliabel karena lebih besar dari 0,6.

⁸⁵ *Ibid.*, h. 188

⁸⁶ Sekaran dan Bougie, *Loc. cit.*, h. 325

5. Persepsi Risiko

a. Definisi Konseptual

Persepsi risiko merupakan salah satu faktor risiko yang harus diperhatikan terutama ketika kondisi barang tersebut mahal, kompleks, sulit dipahami dan merek belum dikenali sehingga tidak terjadi salah pilih dan mencegah tidak terjadi hal yang tidak bekerja sesuai yang diinginkan ketika membeli produk tersebut

b. Definisi Operasional:

Persepsi risiko merupakan salah satu faktor risiko yang harus diperhatikan dalam pembelian transformer karena barang tersebut tergolong mahal, kompleks dan sulit dipahami sehingga tidak terjadi salah pilih dan mencegah tidak terjadi hal yang tidak bekerja sesuai yang diinginkan ketika membeli produk transformer tersebut

c. Kisi-kisi Instrumen:

Variabel operasional kualitas produk dimensi pengukuran yang digunakan berdasarkan Hawkins dan Mothersbaugh 2010 yaitu persepsi risiko yang sesuai kualitas *the probability that the innovation and delivery will not perform as desired (X4-1)*, *the consequences of its not performing as desired (X3-2)*, dan *the ability (and cost) to reverse any negative consequences (X3-7)*, yang disajikan dalam tabel 3.5 berikut dibawah ini:

Tabel 3.13
Kisi-kisi Instrumen Persepsi Risiko

Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Pengukuran	No Item Pertanyaan
Persepsi risiko merupakan salah satu faktor risiko yang harus diperhatikan dalam pembelian transformer karena barang tersebut tergolong mahal, kompleks dan sulit dipahami sehingga tidak terjadi salah pilih dan mencegah tidak terjadi hal yang tidak bekerja sesuai yang diinginkan ketika membeli produk transformer tersebut	<i>the probability that the innovation will not perform as desired</i>	fungsional	Menggunakan skala likert 1-5	1
		Pengiriman		2
	<i>the consequences of its not performing as desired</i>	Keterlambatan proyek akibat kesalahan fungsional dan atau keterlambatan pengiriman		3
		Tambahan biaya akibat kesalahan fungsional dan atau keterlambatan pengiriman		4
	<i>the ability (and cost) to reverse any negative consequences</i>	menyiapkan cadangan/ <i>spare part</i>		5
		statemen pengiriman pada <i>purchase order</i>		6
		megadakan inspeksi/menghadiri FAT(<i>Factory Acceptance Test</i>)		7

Sumber: diolah peneliti (2013)

Definisi operasional persepsi risiko diturunkan menjadi dimensi persepsi risiko, dengan dimensi pertama adalah *the probability that the innovation will not perform as desired* yang mencerminkan pertimbangan konsumen mengenai kemungkinan trafo tidak bekerja sesuai dengan yang dipertimbangkan ketika keputusan pembelian. Selanjutnya, dimensi kedua adalah *the consequences of its not performing as desired* merupakan konsumen memperhitungkan konsekuensi atau akibat trafo tidak bekerja dengan seharusnya. Dimensi ketiga adalah *the ability (and cost) to reverse any negative consequences* yaitu konsumen memiliki kemampuan ataupun pencegahan untuk menghindari terjadinya risiko konsekuensi negatif sebelum memutuskan untuk membeli trafo.

d. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui instrumen yang diteliti sesuai dengan konsep penelitian, Menurut Sekaran dan Bougie mengatakan *validity is a test how well an instrument that is developed measures the particular concept it is intended to measure.*⁸⁷ Pendapat lain, Sugiyono mengatakan hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.⁸⁸ Uji validitas ini menggunakan korelasi pearson

⁸⁷ Sekaran dan Bougie, *op. cit.*, h. 157

⁸⁸ Sugiyono, *op. cit.*, h. 172

moment. Menurut Sugiyono Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r sama dengan 0.3. Artinya, sama atau lebih besar dari 0,3 maka butir instrument dinyatakan valid.⁸⁹

Hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.14
Hasil Uji Validitas Instrumen Persepsi Risiko

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	24.43	11.220	.668	.828
2	24.50	10.052	.718	.812
3	24.30	10.286	.762	.810
4	24.50	9.431	.752	.804
5	24.97	9.620	.392	.895
6	24.57	10.944	.605	.830
7	24.53	10.257	.690	.817

Berdasarkan tabel 3. uji validitas dengan menggunakan rumus korelasi pearson moment pada variabel persepsi risiko menunjukkan nilai koefisien korelasi pada masing-masing item pertanyaan adalah sama atau lebih besar dari 0,3. Hal ini membuktikan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan valid.

2) Reliabilitas

3) Selanjutnya Sekaran dan Bougie mengatakan *reliability is a test how consistently a measuring instrument measures*

⁸⁹ *Ibid.*, h. 188

whatever concept it is measuring. Pendapat lain, Sugiyono mengatakan hasil penelitian yang reliable, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda.⁹⁰ Teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk pengujian reliabilitas adalah dengan cronbach's alpha (CA), Menurut Sekaran dan Bougie, "*reliabilities less than 0,60 are considered to be poor, those in the 0,70 range, acceptable, and those over 0,80 are good*".⁹¹ Maka pada penelitian ini, butir instrumen dianggap reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* > r tabel. Nilai r tabel yang digunakan sebagai batasan adalah 0,6.

Hasil uji perhitungan reliabilitas dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.15
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	7

Berdasarkan tabel 3.7, menunjukkan hasil uji reliabilitas variabel persepsi resiko dengan menggunakan Alpha Cronbach's, bahwa nilai Cronbach's Alpha adalah 0,849. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan variabel persepsi risiko adalah reliabel karena lebih besar dari 0,6.

⁹⁰ *Ibid.*, h. 188

⁹¹ Sekaran dan Bougie, *Loc. cit.*, h. 325

F. Metode Analisis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi⁹².

4. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan proses pengujian asumsi klasik yang terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian⁹³. Normalitas dapat diukur dengan uji Normal Kolmogorov-Smirnov, dengan pengambilan keputusan sebagai berikut⁹⁴:

Jika Sig > 0.05 maka data berdistribusi normal

Jika Sig < 0.05 maka data tidak berdistribusi normal

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variable independen yang memiliki kemiripan antara variable independen dalam satu model. Uji multikolinearitas ini dilakukan dengan menggunakan VIF (*Variance Inflation Factor*), yaitu apabila hasil uji asumsi klasik masih diantara 1-10 jadi tidak terjadi multikolinearitas.⁹⁵

⁹² Gujarati (1995:143-4) dalam Mudjarad Kuncoro. *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi kedua* (Yogyakarta:AMP YKPN,2004).h.1

⁹³ V. Wiratna Sujarweni. *SPSS untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press). H.52

⁹⁴ *Ibid.*, h. 55.

⁹⁵ *Ibid.*, h. 185.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain.⁹⁶ Uji heteroskedastitas dalam penelitian ini menggunakan uji glesjer, sbb:

$$U_t = \alpha + \beta X_t + v_t^{97}$$

5. Uji Hipotesis

a. Regresi Berganda (*Multiple Regression*)

*Multiple regression is regression model with two or more independent variable*⁹⁸. Model regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana:

α = nilai intersep

β = nilai slope

ε = standart error

X = variable

⁹⁶ *Ibid.*, h. 186

⁹⁷ *Ibid.*, h. 190

⁹⁸ Hair et al., *Pemasaran Buku 1* (Jakarta: Salemba Emban Patria, 2010), h.158.

b. Uji t

Nilai statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variable independen secara individual terhadap variable dependennya⁹⁹. Cara melakukan uji t adalah dengan cara sebagai berikut¹⁰⁰:

- Quick look. Bila degree of freedom adalah 20 atau lebih, dan derajat kepercayaan 5%, maka H_0 yang menyatakan $b_i=0$ dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Dengan kata lain, kita menerima hipotesis alternative yang menyatakan suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
- Membandingkan nilai statistic t dengan titik kritis menurut tabel: apabila nilai statistic t hasil perhitungan lebih tinggi dari nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

c. Uji F

Nilai statistic F menunjukkan apakah semua variable independen yang dimasukkan dalam persamaan/model regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variable dependen¹⁰¹.

Cara melakukan uji F adalah dengan cara sebagai berikut¹⁰²:

⁹⁹ Purwanto et al., *op. cit.*, h. 193

¹⁰⁰ Mudjarat Kuncoro, *op. cit.*, h. 82

¹⁰¹ Purwanto et al., *op. cit.*, h. 194

¹⁰² Mudjarat Kuncoro, *op. cit.*, h. 83

- Quick look. Bila nilai F lebih besar daripada 4 maka H_0 yang menyatakan $b_1=b_2=\dots=b_k=0$ dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%.
- Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F perhitungan lebih besar dari nilai F menurut tabel maka hipotesis alternative, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

d. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi sebenarnya mengukur besarnya presentase pengaruh semua variable independen dalam model regresi terhadap variable dependennya¹⁰³. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1¹⁰⁴. Selanjutnya dijelaskan nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

¹⁰³ Purwanto et al., *op. cit.*, h. 194

¹⁰⁴ Mudjarat Kuncoro, *op. cit.*, h. 84

G. Hipotesis Statistik

Hipotesis 1	: H0 : $\rho_{y1} \leq 0$
	H1 : $\rho_{y1} > 0$
Hipotesis 2	: H0 : $\rho_{y2} \leq 0$
	H1 : $\rho_{y2} > 0$
Hipotesis 3	: H0 : $\rho_{y3} \leq 0$
	H1 : $\rho_{y3} > 0$
Hipotesis 4	: H0 : $\rho_{y4} \leq 0$
	H1 : $\rho_{y4} > 0$
Hipotesis 5	: H0 : $\rho_{y.1234} \leq 0$
	H1 : $\rho_{y.1234} > 0$